

Plan Qualité du Pôle touristique de STAVELOT

Diagnostic et propositions d'actions 21 mars 2011



Projet financé par l'Union Européenne et par la Région Wallonne
La Région wallonne et le Fonds Européen de Développement Régional investissent dans votre avenir



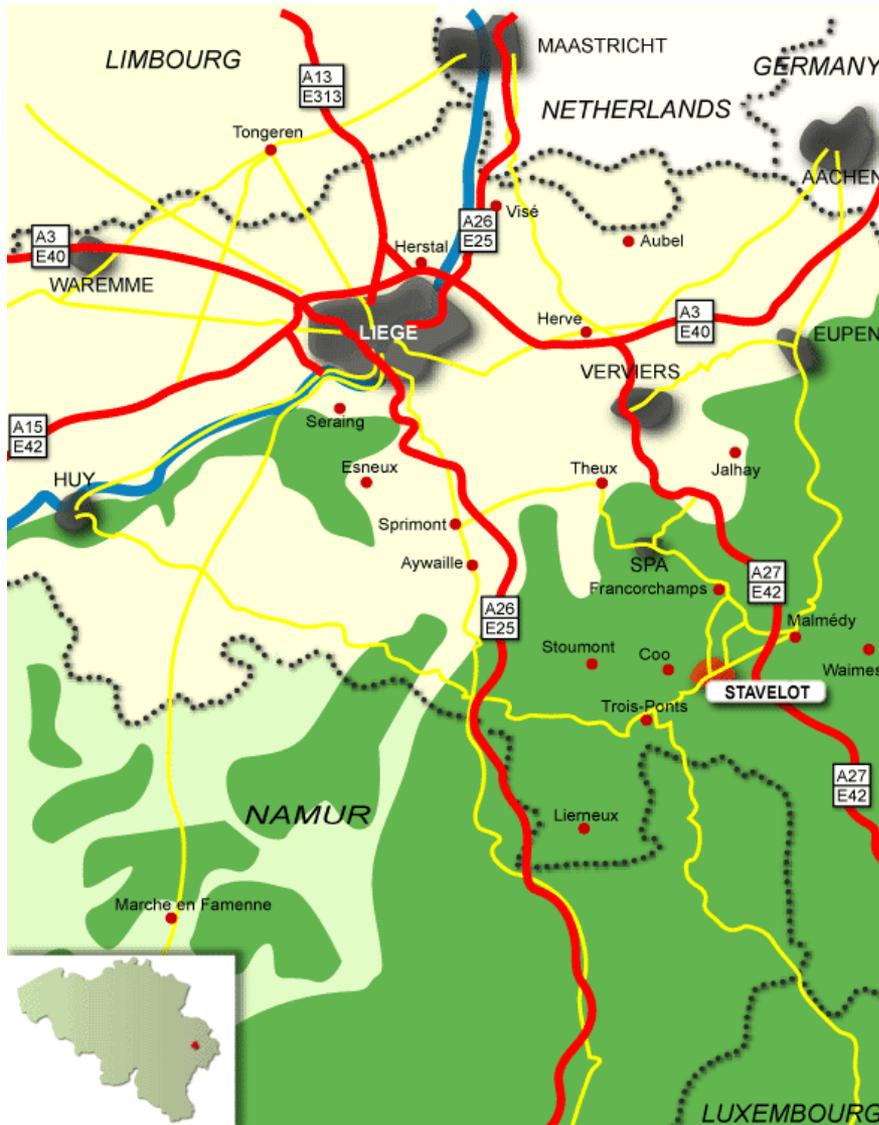
1. Périmètre de l'étude
2. Organisation spatiale
3. Qualité territoriale
4. Qualité des services
5. Premières pistes d'action

1

PERIMETRE DE L'ETUDE



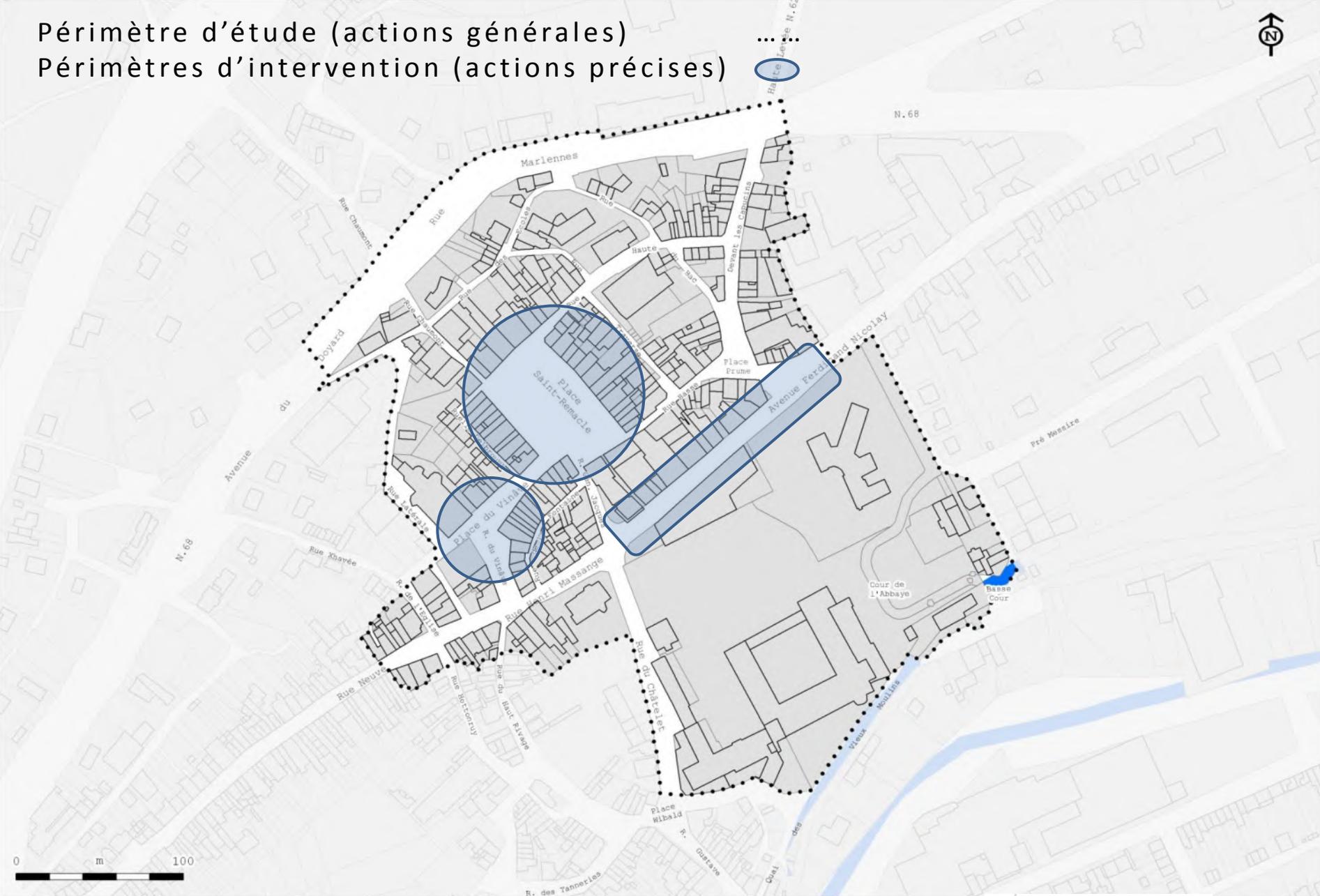
Situation de Stavelot



Périmètre de l'étude



Périmètre d'étude (actions générales)
Périmètres d'intervention (actions précises)



Fond cartographique : PLI v6

fabienne hennequin & associés scrl - www.hennequin.com

stavelot-tourism.com

2

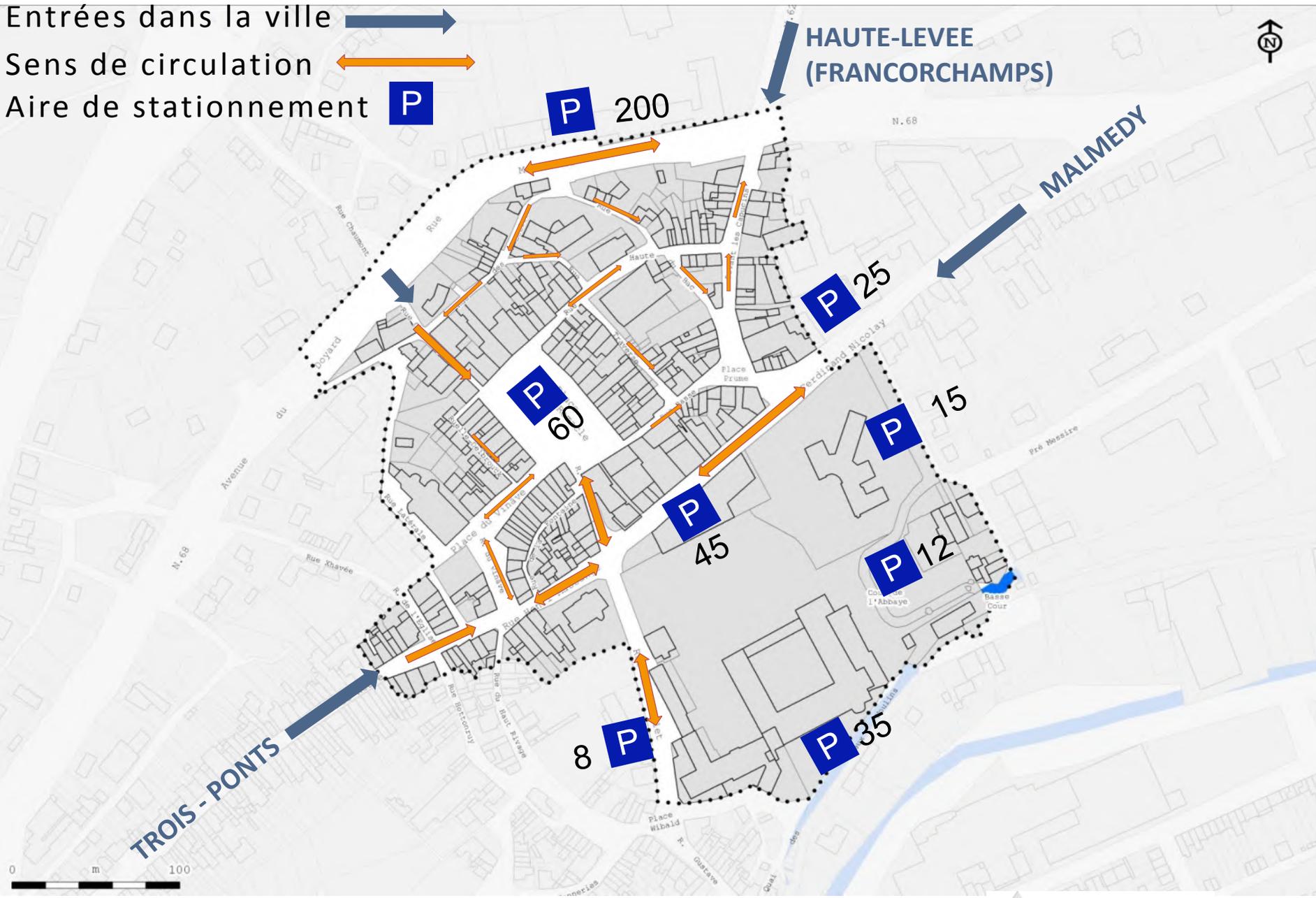
ORGANISATION SPATIALE

Entrées dans la ville 
Sens de circulation 
Aire de stationnement 

HAUTE-LEVEE
(FRANCORCHAMPS)

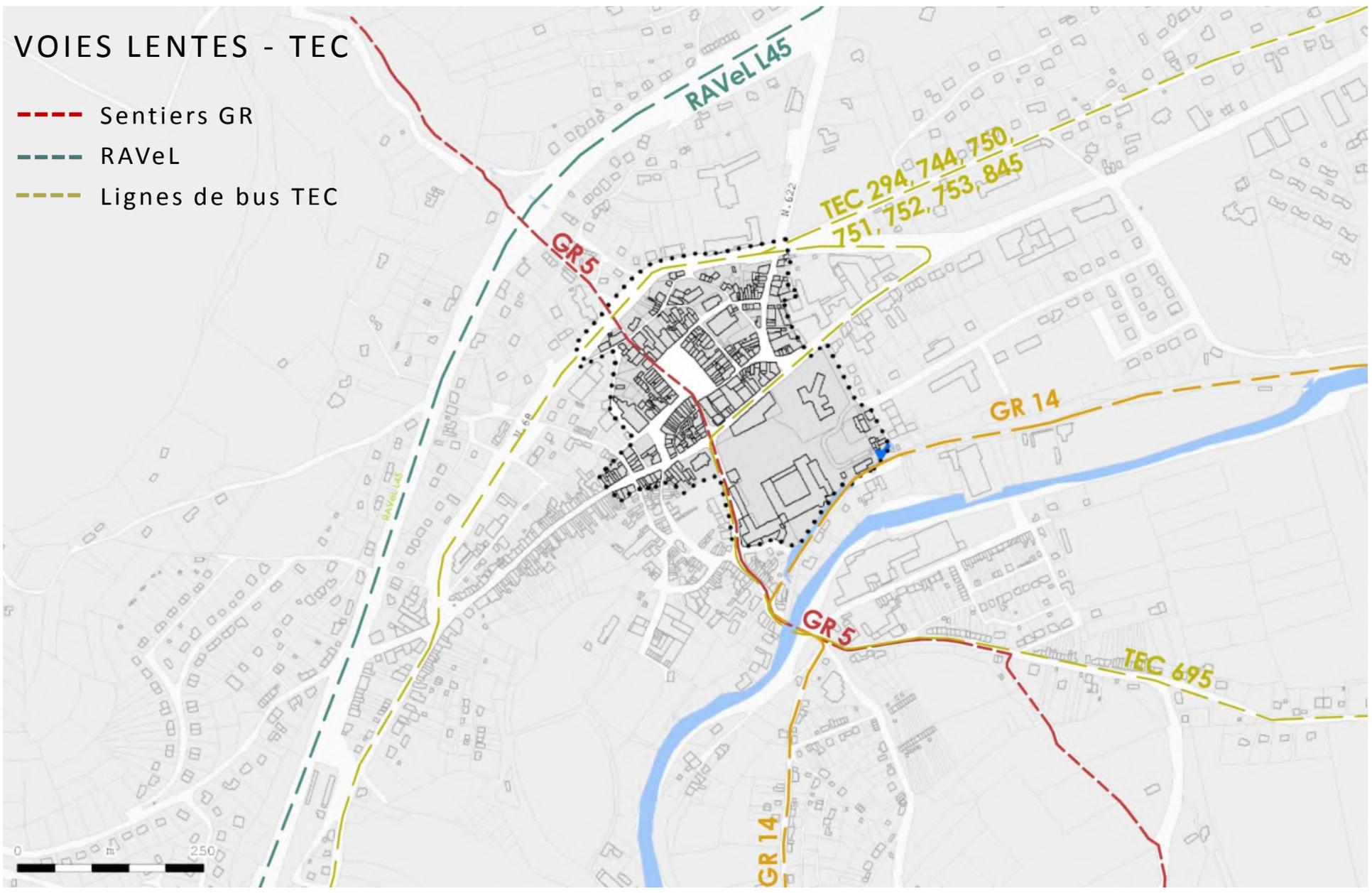
MALMEDY

TROIS - PONTS



VOIES LENTES - TEC

- Sentiers GR
- RAVeL
- Lignes de bus TEC



3

QUALITE TERRITORIALE

1^{er} espace : Place Saint-Remacle





Atouts	Faiblesses
<p>Site classé Très bel espace fermé présentant des accès étroits permettant une découverte progressive</p>	<p>Occupation complète en parking (non structuré) Pas de dispositifs permettant un usage convivial de l'espace</p>
<p>Présence des pavés et galets du sol, des façades et du perron (monuments classés)</p>	<p>Revêtement de sol peu praticable – trottoirs hétérogènes en mauvais état – pente importante</p>
<p>Perspective sur versant arboré</p>	<p>Dégradation du bâti Terrasses Horéca peu intégrées</p>
<p>Déclivité très marquée et particulière</p>	<p>Pas de subventions pour les sites classés</p>
<p>GRANDE VALEUR PATRIMONIALE</p>	<p>PAS D'ANIMATION, PAS DE FONCTION TOURISTIQUE</p>

2ème espace : Avenue Ferdinand Nicolay





Atouts	Faiblesses
Relation directe avec le site de l'abbaye	Peu de valorisation de l'abbaye et des vestiges et mauvaise jonction entre ville et abbaye
Voirie et trottoirs en bon état	Surcharge visuelle par des enseignes et terrasses
Parking de proximité (le long de la voirie)	Encombrement des trottoirs par les terrasses
Présence du parking souterrain	Absence de végétation vivace
Nombreux HoReCa	Circulation importante de véhicules
PROXIMITE DE L'ABBAYE	COUPURE ENTRE L'ABBAYE ET LE CENTRE VILLE - MAUVAISE UTILISATION DE L'ESPLANADE

3ème espace : Place du Vinâve





Atouts	Faiblesses
Fontaine mise en valeur par un aménagement de qualité	Voirie et trottoirs en mauvais état
Présence de l'église Saint-Sébastien	Enseignes, terrasses peu discrètes et envahissantes
Présence de quelques arbres	Parking dans l'axe de l'église Saint-Sébastien qui n'est pas valorisée
Place qui articule la place Saint-Remacle, l'église Saint-Sébastien et la rue Henri Massange	Mobilier urbain peu présent
HYPER CENTRE DE LA VILLE HISTORIQUE	PEU D'ANIMATION

Mobilier - Luminaires



Atouts

Eclairage adapté localement

Eclairage abbaye intéressant

Dispositif de fleurissement public suspendu

Faiblesses

Multitude de luminaires différents

Peu de mobilier urbain dans la ville

Câbles peu esthétiques

MOBILIER URBAIN DEFICIENT

Eclairage



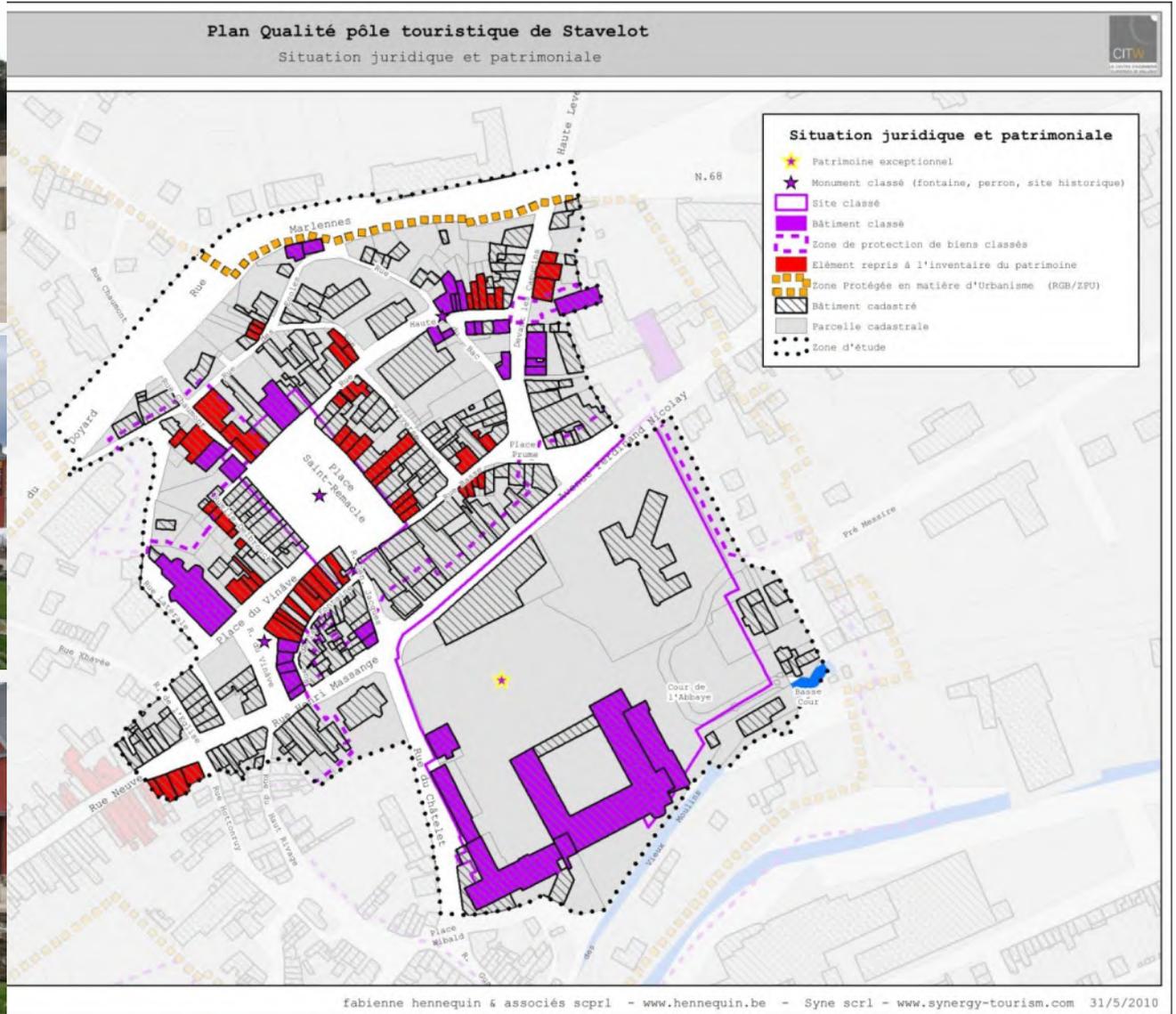
Atouts

Eclairage abbaye intéressant

Faiblesses

Eclairage du centre ville insuffisant

Patrimoine historique - exceptionnel



Patrimoine historique – petit patrimoine



Place Saint-Remacle



Rue du Bac



Rue de la Fontaine



Rue du Vinâve



Rue Latérale

Cinq fontaines ponctuent le cheminement dans le centre et participent à l'identité culturelle de la ville.

Certaines d'entre elles sont classées.



Projets d'ETC (asbl Espaces Tourisme & Culture)

- **Aile Est de l'abbaye** : création d'une grande salle d'exposition à caractère évènementiel (en cours d'étude de faisabilité) modulable pour du tourisme d'affaire
- **Angle de l'abbaye** : Achat par la Région Wallonne - aménagements pour l'accueil d'animations pédagogiques ainsi que pour des bureaux de centre d'archéologie
- **Vestiges** : Consolidation des vestiges, création d'un parcours attractif à travers les fouilles (début des travaux prévu au printemps 2011)

Coordination nécessaire entre les projets d'ETC et les projets de la Ville



Projet de signalétique



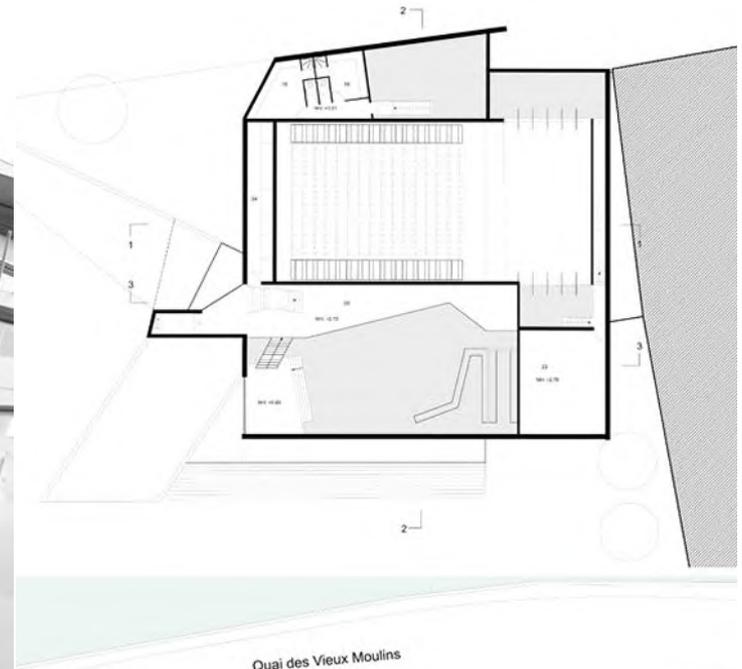
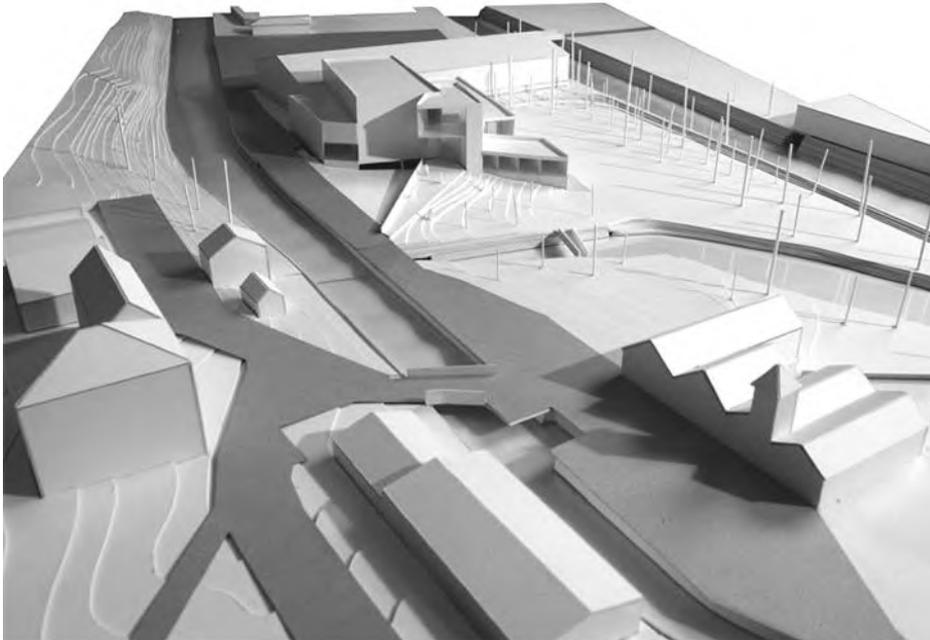


ANALYSES
MÉDICALES
DR RALET

Quel est l'avenir de la polyclinique sur un site stratégique pour le tourisme?

Projets en cours

Projet de centre culturel
(a côté du hall de sport,
quai des Vieux Moulins)



Conclusions:

La ville de Stavelot connaît une bonne fréquentation touristique depuis l'installation de l'asbl Espaces Tourisme & Culture (ETC) dans l'abbaye rénovée. Des manifestations culturelles saisonnières (festival de théâtre, festival de musique, laetare..) attirent un public nombreux.

Cependant le patrimoine historique important présent au centre même de la ville est peu mis en valeur, peu utilisé et peu entretenu.

6 points faibles apparaissent:



Point faible n 1 : Le manque d'animation, de fonctions attractives dans le centre

En dehors de l'abbaye, le centre de Stavelot offre peu de fonctions attractives. Les commerces rares et peu diversifiés n'invitent pas à la flânerie.



La place Saint-Remacle est entièrement occupée par un parking. Aucun espace ni équipement ne permet particulièrement le développement d'une activité touristique, d'une vie sociale ou tout autre forme d'animation.



Point faible n 2: Le patrimoine bâti se dégrade et n'est pas mis en valeur

De nombreux bâtiments (classés ou non) ne sont pas entretenus, donnant une image d'abandon général.



Des erreurs ont été faites dans le passé sans qu'aucune mesure ne soit prise pour diminuer leur impact important.

Par exemple, le bâtiment du SPAR est accolé à une maison classée sans aucun soucis d'intégration. La façade arrière et l'espace qui lui fait face sont délaissés, générant une image négative du lieu au sein de l'îlot.



 Bâtiments vides ou dégradés, ruelles délaissées à rénover



Point faible n 3: les revêtements de sol des espaces publics, des trottoirs sont en mauvais état, hétérogènes ou peu praticables

Les trottoirs de natures très variées sont en mauvais état sur la place Saint-Remacle. Le cheminement des piétons est donc difficile, d'autant que les anciens revêtements en galets sont impraticables. Dans les rues étroites, les trottoirs le sont aussi ou n'existent pas.



Point positif : l'aménagement de la rue Neuve

L'aménagement récent de la rue Neuve en espace partagé améliore l'image de la ville. Les trottoirs sont homogènes, réguliers. Le filet d'eau et la fontaine animent le bas de la rue, la rendent plus attractive.



Point faible n 4 : Les voitures envahissent l'espace public

Le tissu du centre de Stavelot - ruelles étroites, immeubles de faible largeur – engendre une forte utilisation de l'espace public par la voiture au détriment d'espaces conviviaux pour les piétons. Parallèlement, la présence de garages en rez-de-chaussée génère des problématiques esthétiques et sociales (manque de liens entre l'espace privé et public)



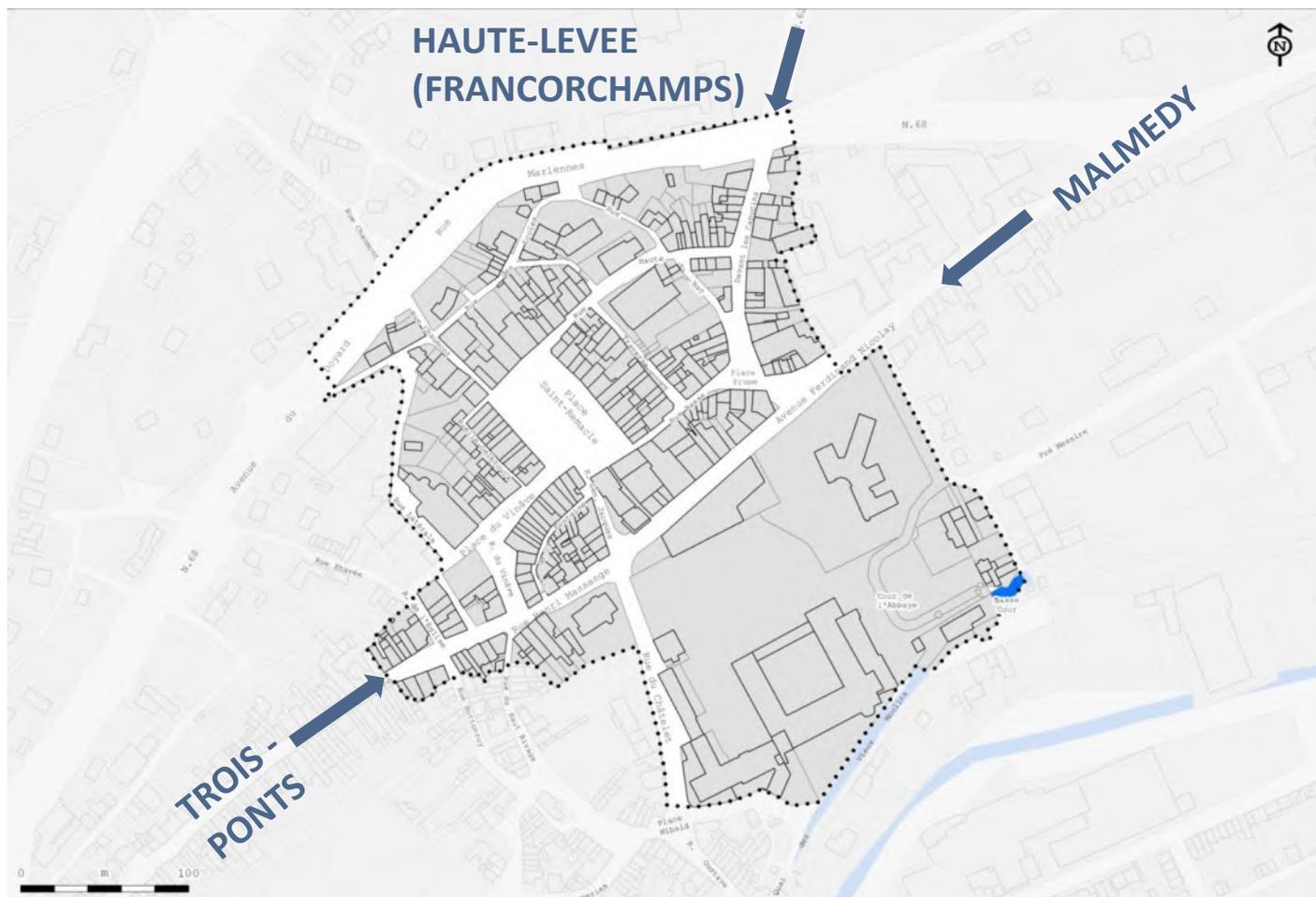
Point positif : le parking sous l'esplanade Ferdinand Nicolay

Ce parking est bien situé : proximité de l'abbaye et du centre-ville. Ce parking semi-enterré n'a pas d'impact visuel sur l'espace public. D'une capacité de 45 places, il est rarement complet.



Point faible n 5 : Les enseignes et terrasses sont implantées sans respect pour le patrimoine historique

La problématique des enseignes est repérable dans l'ensemble de la ville. L'absence de réglementation stricte génère de nombreux cas d'enseignes et de terrasses peu respectueuses du patrimoine bâti et qui surchargent visuellement l'espace public. Souvent, les terrasses empiètent sur les trottoirs sans respect pour la mobilité lente et ses usagers.



Point faible n 6 : Les entrées de ville

Le centre ville n'est pas perceptible depuis le contournement.

Les trois entrées vers le centre historique ne sont pas attractives pour le touriste.

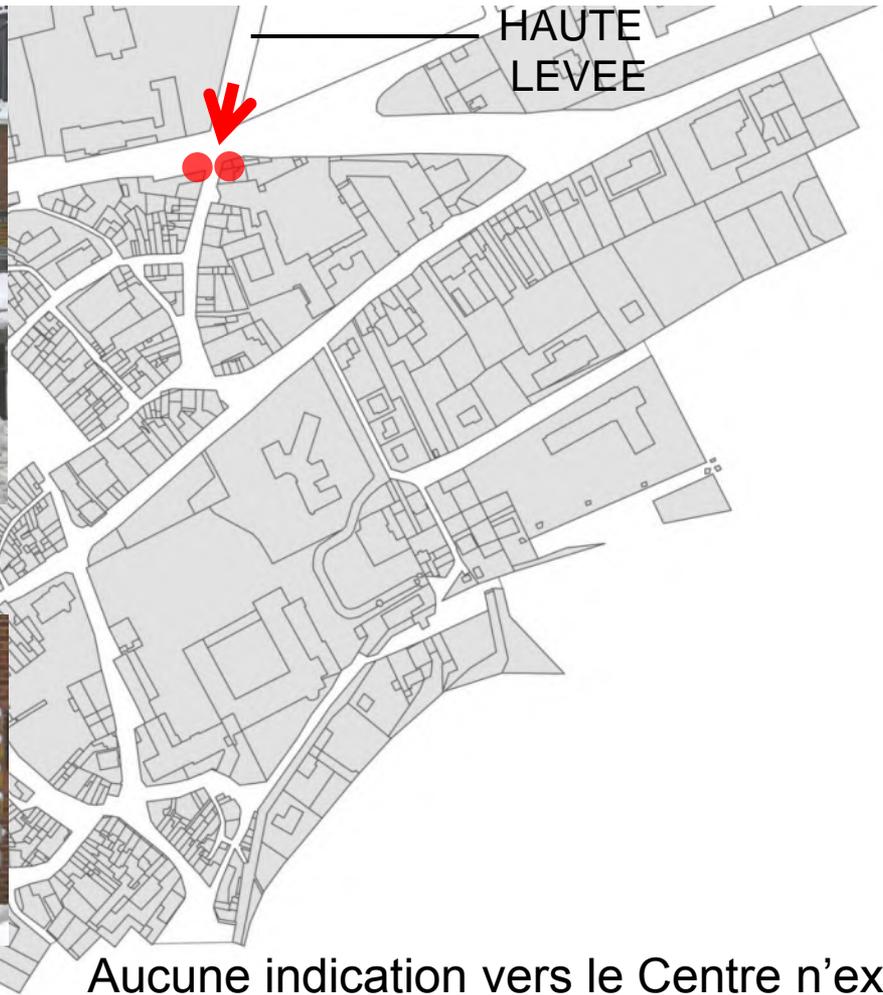
Aucun dispositif n'est prévu pour encourager le parcage en périphérie et la promenade vers le centre.

Point faible n 6 : les entrées de ville



Une entrée avec rond-point à chaque extrémité Est et Ouest

Point faible n 6 : les entrées de ville



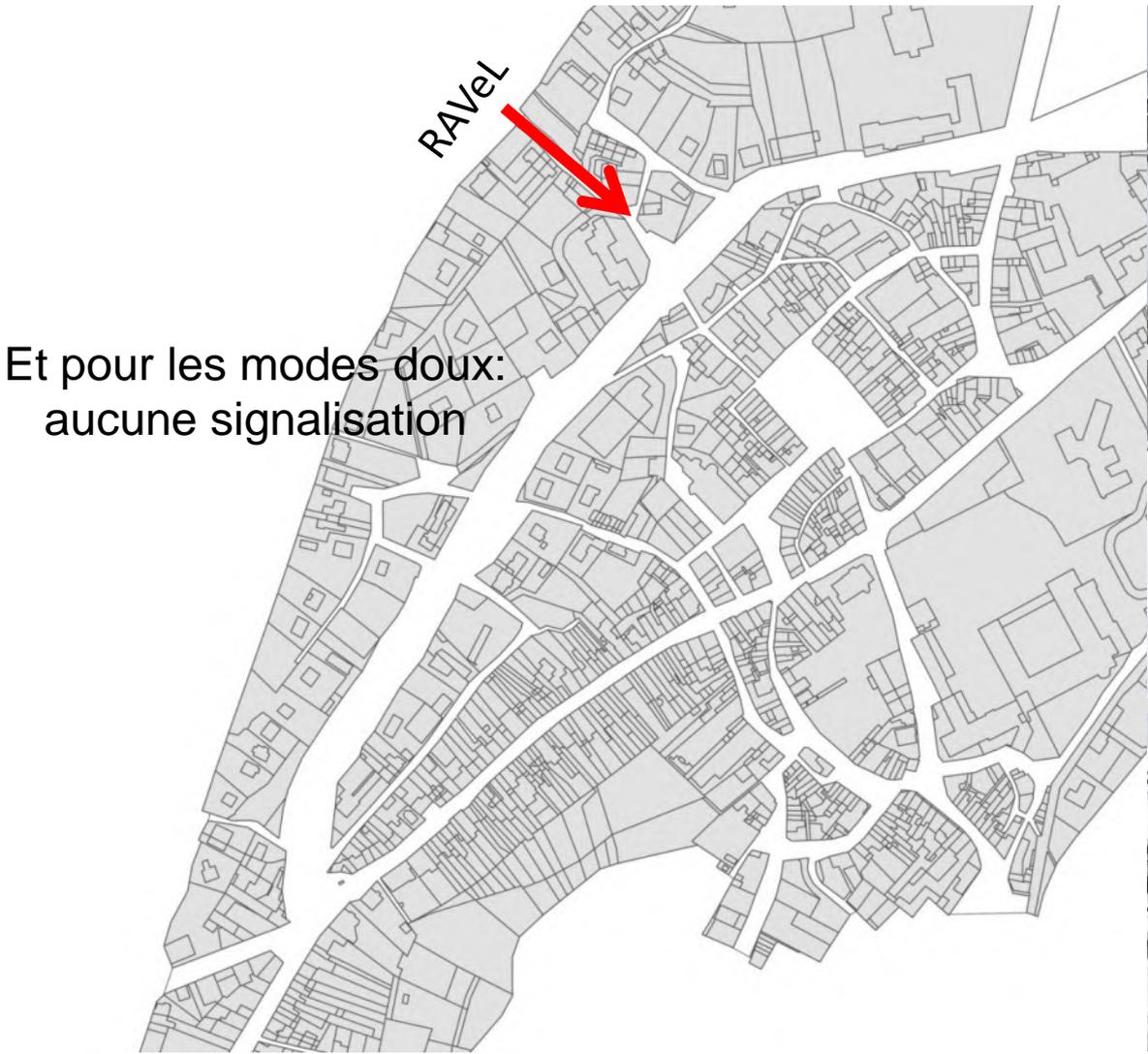
Aucune indication vers le Centre n'existe en venant de Francorchamps

Point faible n 6 : les entrées de ville

L'entrée par la rue Chaumont est signalée :

- sans aménagement valorisant la ville
- encourage le passage des automobiles à travers la place Saint-Remacle et le parcage





4

QUALITE DES SERVICES

Qualité des services

Communication – Brochures

Points forts

- Balades Nature-Santé en FR / NL de l'OT
- Promenades guidées de la MT en FR/NL
- Stavelot, Coo Francorchamps, en FR/NL de la MT avec les attractions, visites guidées, les activités sportives, les hôtels Restaurants et les hébergements de vacances
- Abbaye de Stavelot , Business Meting, FR/E de l'ETC asbl et Abbaye de Stavelot, brochure de standing pour le tourisme d'affaires
- Abbaye de Stavelot, la destination plaisir FR/NL de l'ETC asbl et Abbaye de Stavelot, dépliant pour les 3 musées et les expos temporaires
- Fêtes Septennales de Saint Remacle en FR de l'OT
- Festival Vacances Théâtre en FR du FVT
- Agenda Culturel de Stavelot en FR du Centre Culturel

Points faibles

- Brochures de promotion qui sont le résultat d'addition d'équipements ou d'événements mais qui ne sont pas le reflet d'une stratégie organisée entre acteurs.
- Multitude de petits dépliant (Abbaye, Eglise Saint-Sébastien, Circuit de Spa, OT Cyclisme, opérateurs individuels qui brouillent une communication claire sur les atouts de Stavelot et sa région.
- Absence d'une brochure complète, reprenant les ressources et choix stratégiques de la commune et des principaux intervenants.
- Lecture de la brochure Stavelot, Coo Francorchamps perturbée par la publicité.
- Insuffisante mise en valeur des ressources naturelles de la région et des activités nature-aventure et récréatives dans les villages alors que c'est le pôle nature qui est la motivation première de la venue des touristes dans la région.
- Les brochures, même les gratuites, ne sont pas téléchargeables à partir des sites Internet de la ville, ni de l'OT, ni de la MT.

Sites Internet de la Ville, de l'Office de Tourisme et de la Maison du Tourisme

Points forts

Site Internet de l'OT en FR – NL – CN

Site Internet de l'abbaye en FR-NL-DE-E-CN

Agenda mensuel des manifestations en ligne sur le site de l'OT

Commande en ligne possible de publications: guides

touristiques, cartes, fiches et guides de promenades pédestres

Listing des restaurants et cafés avec leur capacité d'accueil et

la distance par rapport au centre ville

Listing des hôtels et hébergements avec leur capacité et leur

classement

Points faibles

Le site de la ville n'est qu'en Fr; il ne consacre qu'une page au tourisme et renvoie vers le site de l'OT. Il est davantage un portail de liens qu'un véritable site de présentation d'une ville touristique.

La Maison du Tourisme n'a pas de site Internet propre et renvoie un lien vers les sites des différentes communes de la MT, mais le rôle de la MT ne se réduit pas à une addition de communes, elle doit créer des packages avec des synergies entre communes

Pas de plan de ville imprimable en ligne

Site de l'OT peu illustré, ne donnant pas envie de venir à Stavelot

Site de première génération, peu interactif, pas de vidéo en ligne permettant de faire vivre l'événement

L'onglet: produits du terroir est en construction depuis longtemps déjà

Pas d'utilisation des médias sociaux Web 2.0 dans la promotion de la ville alors que du matériel promotionnelle existe et est utilisée par d'autres instances ex. circuit de Francorchamps

Pas assez de présentation qualitative, à interactivité et valeur ajoutée et à gain de temps, sur le site Internet permettant de sélectionner rapidement un restaurant gastronomique en centre ville. Il faut cliquer sur chaque établissement pour aller chercher l'information. Dans le listing des restaurants, il n'y a pas de référence à des critères de qualité cuisine et d'aménagement du restaurant.



The screenshot shows the website for Stavelot Centre touristique et culturel. It features a navigation menu with links to Accueil, Présentation, Activités & loisirs, Culture & Folklore, Hébergement, Restaurants, Agenda, and Publications. Below the menu, there is a section titled 'CHAMBRES D'HÔTES RECONNUES PAR LE COMMISSARIAT GÉNÉRAL AU TOURISME'. This section contains a table listing several hotels with their names, addresses, contact information, and capacities.

Nom	Adresse	Téléphone / Fax	Site Internet / E-Mail	Capacité
LE RELAIS ** Mme Isabelle MARECHAL	rue Basse 2 4970 Stavelot (centre)	Tel : +32 (0) 80 86 20 47 GSM : +32 (0) 475 75 19 57	www.larelais-stavelot.be info@larelais-stavelot.be	5 chambres 10 personnes
VILLA STAVELOT **** Mr et Mme SHIT-SPRONC	route de Somagne 3 4970 Stavelot (1 km)	Tel : +32 (0) 80 21 62 15 Fax : ...	http://www.wakandhotel.nl/ villastavelot@belgacom.net	3 chambres 9 personnes
AU POMMIER SAUVAGE *** Mme DEGBOMONT	Somagne 1b 4970 Stavelot (3 km)	Tel : +32 (0) 80 86 23 72 Fax : ...	www.aupommiersauvage.be degbomont@skynet.be	2 chambres 4 personnes
LE VIEUX MOULIN DE LODOREZ *** Mr et Mme XIYAYET	Lodomez 22 4970 Stavelot	Tel : +32 (0) 80 86 40 78 Fax : +32 (0) 80 86 40 78	www.chambres-stavelot.be julian.xiyayet@belgacom.net	2 chambres 4 personnes
LE SART LAÏDU ** Mme et M. SCHIET	Hameau de Lodomez 11 4970 Stavelot	Tel : +32 (0) 80 86 23 24 Fax : +32 (0) 80 86 23 24	---	2 chambres 4 à 6 personnes

Qualité des services

Qualité des hôtels et hébergements touristiques

Points forts

Le centre ville compte:

2 hôtels:

- La Maison 18 ch en 3*
- Boutique Hotel Dufays: 6 ch en 3*

2 chambres d'hôtes

- Bel Natura : 5 chambres
- Le Relais : 5 chambres en 2 épis

1 Meublé de tourisme dans l'ancien Hôtel d'Orange à 3 chambres

Soit une capacité d'accueil totale de 82 personnes



Qualité des services

Qualité des hôtels et hébergements touristiques

Points faibles

Faible capacité d'accueil au centre ville

Les hôtels de faible capacité sans service de restauration n'ont pas de viabilité assurée.

Il faut faire 500 m pour trouver l'hôtel de l'Amblève avec 24 chambres pour 58 personnes. Mais même un hôtel de standing comme le Val d'Amblève n'a pas de traduction FR-DE-E de son site

Le village Landal à 3 km est de qualité faible à moyenne 2*

Hôtels restaurants communiquant mal, leur capacité d'hébergement, leur niveau de confort, leur carte, les activités possibles dans la localité. Ils se contentent de renvoyer vers les sites de la commune ou de la Maison du Tourisme

Peu d'établissements offrent des équipements de remise en forme (sauna, hammam, jacuzzi, piscine chauffée, espace de repos) alors que la région (Spa et Hautes Fagnes) bénéficie d'une image de marque positive à cet égard.



Landal
Domaine Long Pré

Accueil
Landal Domaine Long Pré
Adresse
Plan
Hébergement
Infrastructure domaine
À découvrir
Bon à savoir
Tarifs
Nouveautés
Recherche et réservation
Dernière minute

Landal Domaine Long Pré
Stavelot, Ardennes/Wallonie, Belgique

Photo Vidéo Carte

Photo 1 de 8

Landal Domaine Long Pré
Tarifs et disponibilité

Durée séjour
 week-end
 Date d'arrivée
 janvier 2011 vendredi 28

	ven. 28 janv. 3 nuits
1 2A	-
1 2-4B1	€ 115
1 2-4B2	€ 150
1 2-4B3	€ 150
1 2-4B4	€ 150
1 4-5D1	€ 170
1 4-5D2	-

après

Caractéristiques du domaine Landal Domaine Long Pré

- Situé à env. 80 km de Maastricht
- Env. 12 ha, 163 hébergements
- Piscine extérieure
- Situé en bordure de l'Amblève
- Parking à proximité de l'hébergement

La nature sauvage, des forêts millénaires et des rivières sinueuses, à 80 km à peine de Maastricht. Dans les collines boisées des Ardennes, vous rencontrerez peut-être des sangliers sauvages, des cerfs ou des rapaces. Les appartements, bungalows et chalets du Landal Domaine Long Pré sont tous situés au cœur de ce paysage vallonné en bordure de l'Amblève, où faire le bonheur

Ces conditions générales

	Arrivée
16:00 - 18:00 heures	
	Départ
09:00 - 10:00 heures	

Nouveautés

2 appartements

SYNERGY-TOURISM.com

Qualité des services

Qualité des Restaurants - Cafés

Points forts

- Bonne offre diversifiée de restaurants en centre ville
- Le guide Michelin 2010 classe Le Val d'Amblève et le BBB Dufays comme Hôtels Agréables
- Le Guide Henry Lemaire attribue une cote de 8/10 au Val d'Amblève comme Table Excellente
- Des restaurants qui communiquent (site Internet, cartes en ligne, multilingue)
- Restaurants à thème ex. Apollinaire, Le racing car



Qualité des Restaurants - Cafés

Points faibles

Pas de référence gastronomique au centre ville

Offre prédominante de restauration basique: friteries, sandwicheries, pizzeria

Pas de distinction étoilée Michelin

Trop souvent des cartes et menus rédigés uniquement en français

Pas une bonne maîtrise du néerlandais et de l'anglais du personnel en salle

Trop de restaurants dont les cuisines ferment dès 21h30

Pas assez de cafés à thème (ex le carnaval, la principauté de Liège, la vie monastique, les tanneries, la vie rurale) ou dont la thématique n'est pas judicieusement illustrée en extérieur

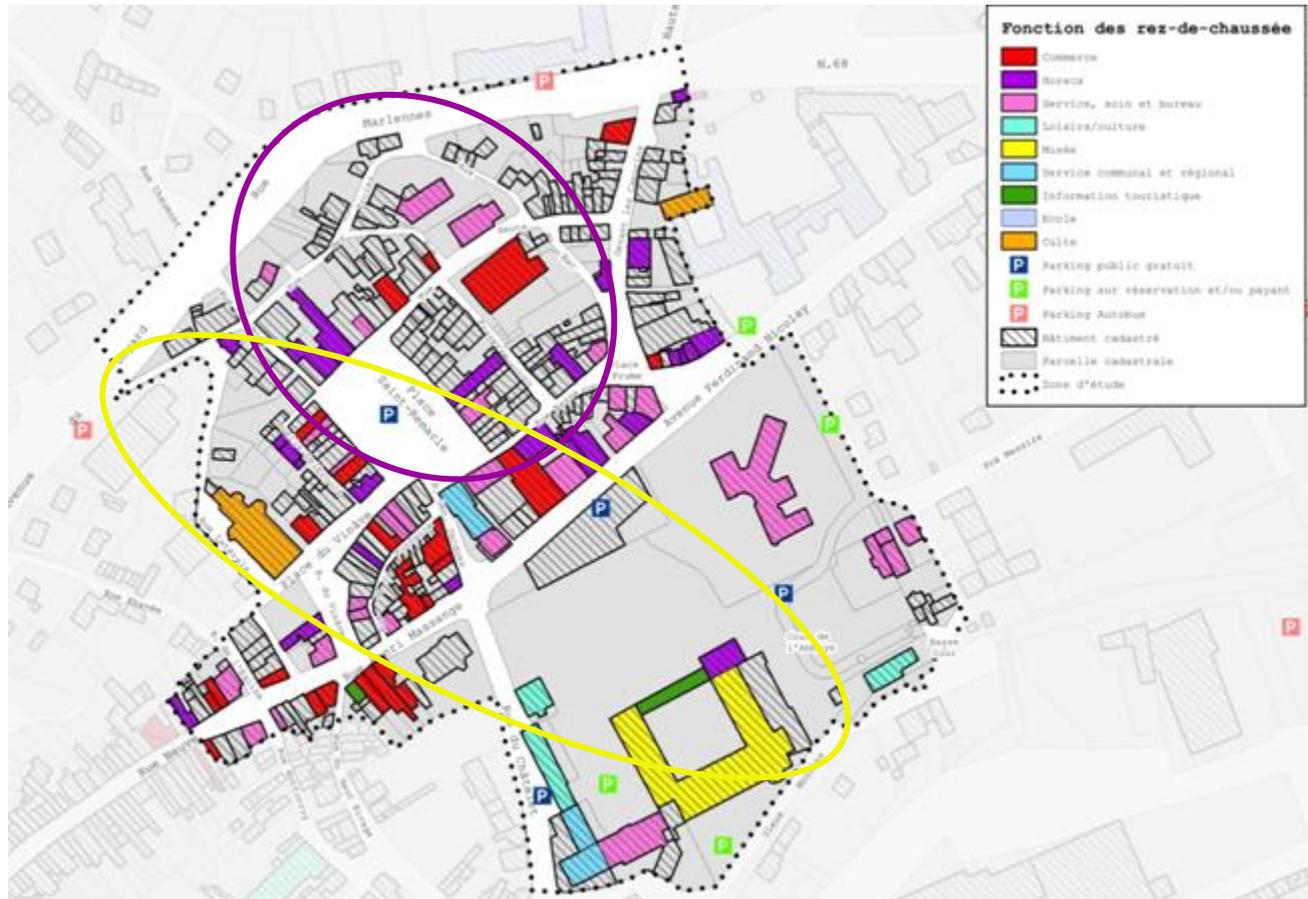
Présentation indifférenciée des restaurants dans les brochures et sites Internet publiques qui conduit à une incapacité pour le client potentiel à prioriser ses choix



Qualité des services

Dynamique commerciale

L'activité Horeca, en mauve, est concentrée sur la Place Saint Remacle et Rue Ferdinand Nicolay
Les bâtiments patrimoniaux (musées, culte, ruines) en jaune et orange, sont situés à l'ouest et sud de la Place



Qualité des services

Dynamique commerciale

En comparaison avec ses villes voisines, Stavelot se distingue positivement par l'importance relative de l'offre en matière d'Horeca 23,9%, de services et d'équipement de la maison.

Cette offre Horeca est un atout qu'il faut renforcer au niveau régional en qualité et en quantité pour en faire une petite ville de destination touristique dominicale où il se passe toujours quelque chose et où il y a toujours une belle terrasse pour vous accueillir.

Inversement, elle se distingue aussi par l'importance des cellules vides ou retournées à l'habitat permanent.

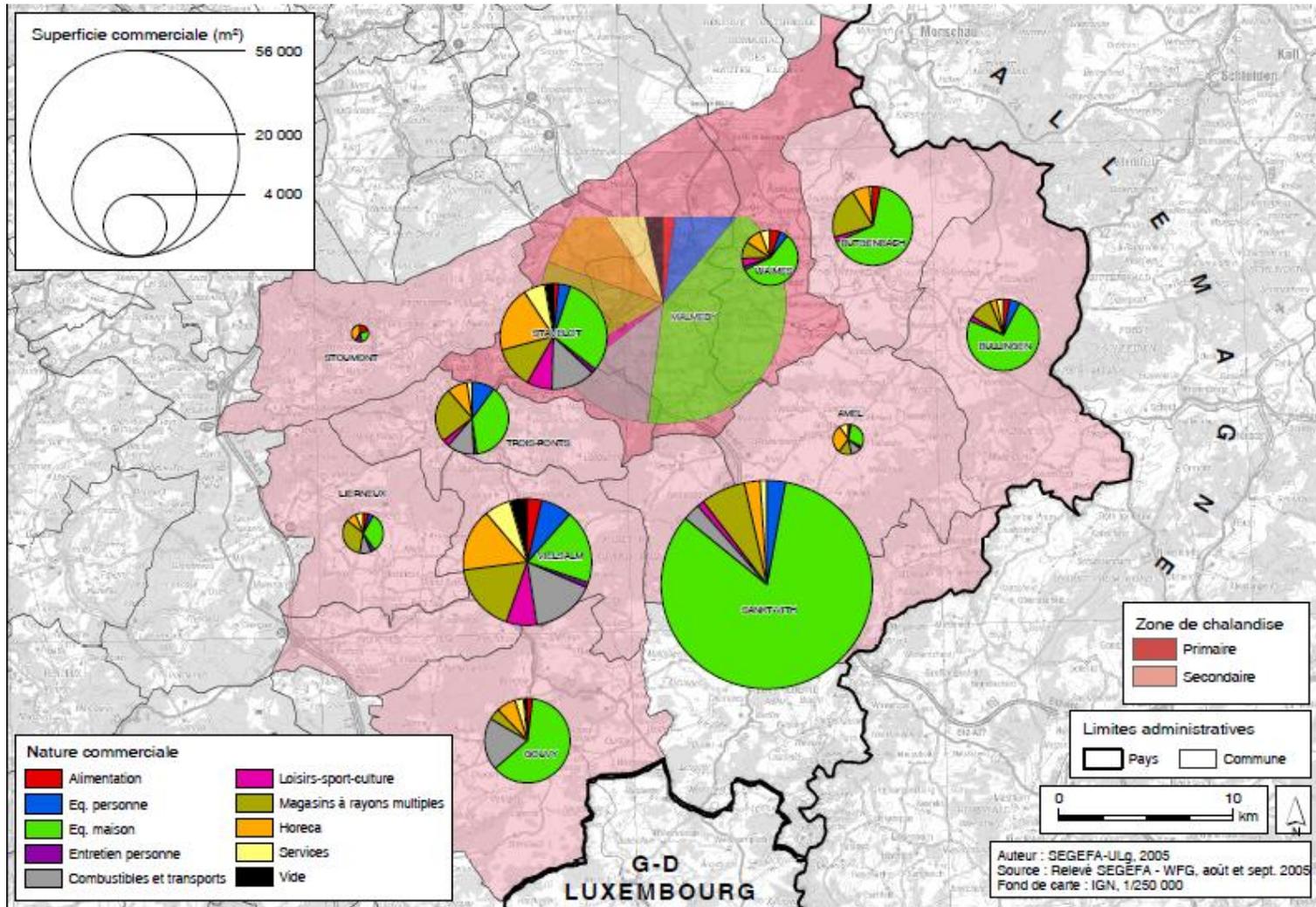
Polarités		Cellules vides	Alimentation	Equipement de la personne	Equipement de la maison	Loisirs-sport-culture	Entretien de la personne	Combustibles et matériel de transport	Magasins à rayons multiples	Horeca	Services	Total cellules commerciales	Surface de vente totale (m ²)
Malmedy	Nb %	28 8,5	32 9,8	37 11,3	60 18,3	13 4,0	9 2,7	19 5,8	9 2,7	70 21,3	51 15,5	328 100,0	76 600
Saint-Vith	Nb %	1 0,6	12 7,7	27 17,4	38 24,5	9 5,8	6 3,9	10 6,5	6 3,9	23 14,8	23 14,8	155 100,0	56 930
Vielsalm	Nb %	13 10,5	14 11,3	11 8,9	16 12,9	8 6,5	5 4,0	7 5,6	5 4,0	24 19,4	21 16,9	124 100,0	21 000
Stavelot	Nb %	13 14,1	5 5,4	8 8,7	14 15,2	4 4,3	3 3,3	4 4,3	3 3,3	22 23,9	16 17,4	92 100,0	14 550
Gouvy	Nb %	3 10,0	3 10,0	1 3,3	5 16,7	1 3,3	1 3,3	5 16,7	1 3,3	5 16,7	5 16,7	30 100,0	9 325
Butgenbach	Nb %	0 0,0	6 16,7	2 5,6	5 13,9	3 8,3	2 5,6	2 5,6	2 5,6	9 25,0	5 13,9	36 100,0	8 190
Trois-Ponts	Nb %	0 0,0	2 4,9	5 12,2	7 17,1	4 9,8	3 7,3	3 7,3	2 4,9	8 19,5	7 17,1	41 100,0	6 800
Bullange	Nb %	0 0,0	5 11,6	4 9,3	14 32,6	4 9,3	1 2,3	0 0,0	1 2,3	6 14,0	8 18,6	43 100,0	6 720
Walmes	Nb %	0 0,0	9 15,5	5 8,6	14 24,1	6 10,3	3 5,2	1 1,7	4 6,9	7 12,1	9 15,5	58 100,0	4 000
Lieureux	Nb %	0 0,0	3 14,3	2 9,5	3 14,3	0 0,0	2 9,5	2 9,5	2 9,5	3 14,3	4 19,0	21 100,0	2 105
Ambiève	Nb %	0 0,0	2 11,1	0 0,0	4 22,2	0 0,0	1 5,6	2 11,1	3 16,7	2 11,1	4 22,2	18 100,0	1 185
Stoumont	Nb %	0 0,0	2 40,0	0 0,0	1 20,0	0 0,0	1 20,0	0 0,0	0 0,0	1 20,0	0 0,0	5 100,0	365

Source : Relevés SEGIFA & WFG, août et sept. 05

Qualité des services

Dynamique commerciale

Dans la grande zone de chalandise du commerce de Malmédy, Stavelot se distingue nettement par son offre Intéressante en Horeca



Qualité des services

L'offre commerciale

Points forts

- Bonne représentation de l'Horeca, soutenant l'activité touristique sur la Place Saint Remacle et avenue Ferdinand Nicolays
- Cœur de ville concentré, au bâti ancien de qualité historique
- Quelques belles vitrines de bon goût pour des artisans pouvant attirer une clientèle touristique



L'offre commerciale Points faibles

- **Pas de véritable shopping en centre ville**
- La rue Neuve est de moins en moins commerçante avec un retour de l'activité commerciale à l'habitat.
- Taille moyenne faible des cellules commerciales (30 à 50m²)
- Peu présents: équipements et décoration de la maison, services à la personne, loisirs culturels, artisanat, brocante,
- Aspect parfois vieillot, campagnard ou criard de beaucoup de vitrines.
- Pôle commercial rural à rayonnement local (restauration, alimentation, banques, téléphonie, pour la population locale.
- Commerces fermés le dimanche



Qualité des équipements - attractions

Points forts

Dans le cœur de Stavelot :

- L'abbaye et ses 3 musées totalisant 47.677 visiteurs en 2009, 53.756 en 2008 et 58.079 en 2007. Expositions temporaires. Boutique des Musées et Bar-restaurant. Salles de réunion. Visite de l'abbaye avec audio-guides et guides multilingues. L'abbaye joue un rôle important de centre culturel et accueille de nombreuses manifestations
- L'église Saint Sébastien et la châsse de Saint Remacle
- Petit train touristique prévu en 2011



ABBAIE DE STAVELOT

Les 3 musées

Bienvenue à l'Abbaye

L'abbaye a été complètement rénovée par la Région wallonne entre 1999 et 2002 pour un montant de 16.000.000 €. Les architectes ont rendu aux bâtiments conventuels son cloître en construisant notamment une nouvelle aile en verre et inox sur les fondations et dans les proportions de la quatrième aile détruite après la Révolution française.

En s'appuyant sur les collections des anciens musées de Stavelot mais aussi sur les techniques scénographiques et multimédia les plus modernes, trois nouveaux musées passionnants ont été inaugurés le 29 mars 2002 : [le Musée de la principauté de Stavelot-Malmédy](#), [le Musée du Circuit de Spa-Francorchamps](#) et [le Musée Guillaume Apollinaire](#).

[le Musée de la principauté de Stavelot-Malmédy](#) [le Musée du Circuit de Spa-Francorchamps](#) [le Musée Guillaume Apollinaire](#)



Qualité des équipements - attractions

Points faibles

- Pas d'audio-guide pour la visite du musée de l'automobile et des ruines.
- Musées assez statiques, pédagogiques avec trop de panneaux à lire.
- Manque de mise en condition, de mise en scène, d'expérience de vie pour être un produit touristique fort.
- Les expositions temporaires ont un public local réduit ex. Expo L'Abbé Wibald 1.581 entrées payantes du 25 sept.au 29 nove. 2009 malgré la venue de la reine Paola et sa promotion au JT.
- Difficulté de valoriser des salles de réunion pour un tourisme d'affaires, sans une offre d'hôtellerie combinée.
- Eglise Saint Sébastien ouverte de 14h à 18h du jeudi au dimanche, pendant les vacances scolaires uniquement et pas d'audio-guide.
- Pas de toilettes publiques en ville



Qualité des Événements

Points forts

- La Laetare 10 à 30.000 visiteurs pour les 3 jours selon le climat en mars
- Festival Vacances Théâtre : 4 à 5.000 visiteurs sur les 14 jours en juillet
- Festival de la Musique en juin et juillet-août : 6.000 personnes
- Événements sportifs (ex; Flèche Wallonne, Liège-Bastogne-Liège, Maxime Monfort, Tilff-Bastogne-Tilff, ..
- Les courses de Francorchamps (F1 et les classic) 1.000 personnes en ville
- La Brocante d'été avec 400 exposants
- Les Fêtes septennales de Saint Remacle en septembre
- Calendrier bien rempli de manifestations diverses (culturelles, commerciales, sportives) tout au long de l'année, même si certaines rencontrent moins d'affluence mais concernent davantage un public local



Qualité des services

Opportunités

- Opportunités de commerces dans les chambres d'hôtes, les gîtes ruraux, les sports nature, l'art de vivre, la décoration intérieure de la maison et de jardins, la gastronomie, la découverte nature, un café à thème, un restaurant brasserie de standing, la brocante, l'artisanat (peinture, sculpture, gravure,...)
- Stavelot pourrait avoir le potentiel de Durbuy ou Montjoie, si elle travaille la qualité de ses aménagements, si elle maîtrise son foncier et attire les opérateurs touristiques et commerciaux adéquats.
- Stavelot doit davantage se positionner sur le pôle Nature et Culture, sur le pôle nature parce que la nature est présente tout autour de la ville avec des opérateurs existants (sports-nature) qui font venir le monde et sur le pôle culturel avec l'abbaye qui est le centre de ralliement des amateurs de culture (carnaval et traditions régionales, musique, théâtre, artisanat, peinture,..)
- Promouvoir davantage encore, les produits intéressants des communes voisines (le circuit de Francorchamps, le thermalisme de Spa,) afin de les intégrer dans des programmes pour les tours opérateurs, dans les circuits commerciaux et dans les sites Internet de promotion de la commune.

Menaces

- Insuffisance et faiblesse des finances régionales et communautaires pour l'aménagement des espaces publics et la requalification des musées.
- Rareté des investisseurs privés, mais lourdeurs administratives plus importantes et absence de stratégie publique publiée sur les objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre et les attentes à l'égard des investisseurs privés.
- Lourdeurs administratives pour développer de nouvelles zones de loisirs avec séjour, permettant de créer de nouveaux resorts touristiques à l'instar des nouveaux Center Parcs tels que Le domaine des Trois Forêts du groupe Pierre & Vacances http://www.centerparcs.fr/FR/FR/domaines/troisforets_moselle_lorraine
- Intérêt croissant des touristes vers les destinations offrant un maximum d'information interactive en ligne



5

PREMIERES PISTES D'ACTION

Au niveau qualité territoriale

- 1) Place Saint-Remacle : mettre en valeur la place en limitant le parking et la circulation – rénover les trottoirs - organiser les terrasses
- 2) Place du Vinâve : organiser le parcage et les terrasses – Mettre en valeur l'église Saint-Sébastien
- 3) Avenue Ferdinand Nicolay : organiser l'esplanade et les trottoirs, créer la jonction ville-abbaye
- 4) Embellir les façades – intégrer les enseignes et les terrasses

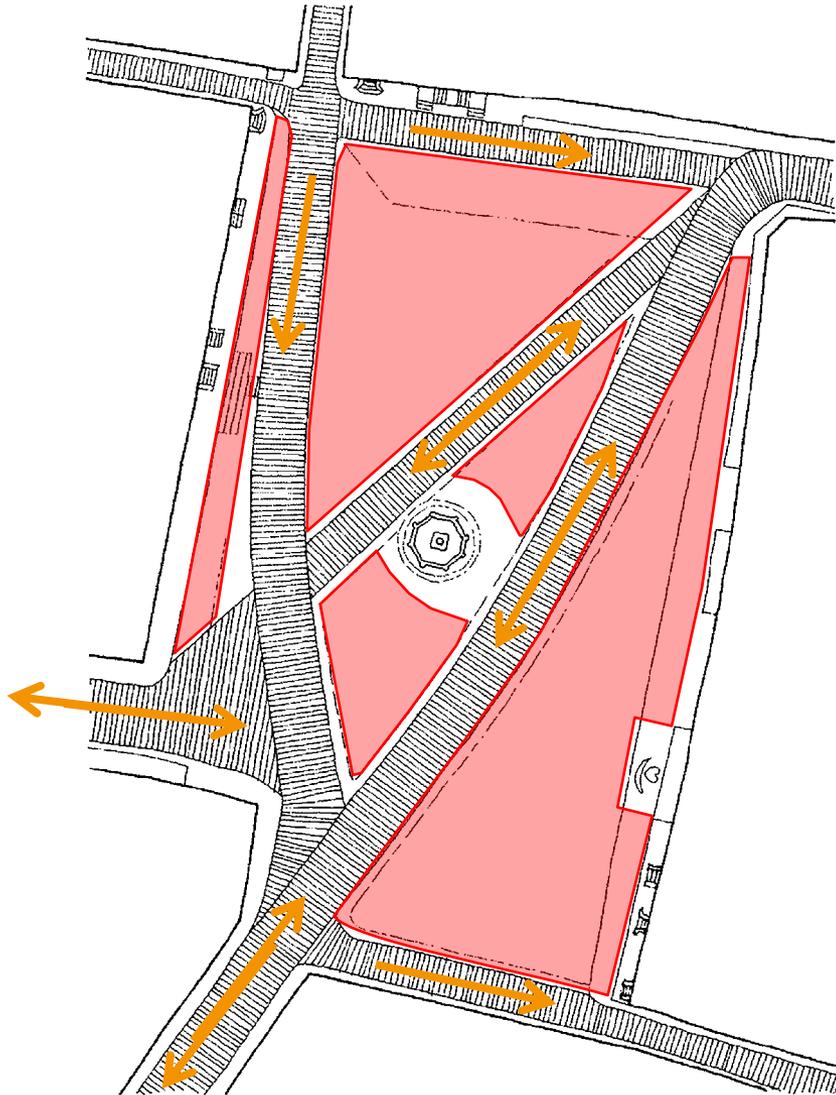
6

PISTES D' ACTIONS au niveau qualité territoriale

OBJECTIFS ET PISTES D' ACTIONS:

- 1) Limiter la circulation et le stationnement - Définir des axes de circulation pour les voitures ainsi que pour les piétons et les usagers des voies lentes depuis la rue Marlenes (contournement) et le RAVeL
- 2) Varier les usages de la place selon les saisons en limitant la circulation sur celle-ci en été
- 3) Développer des animations ponctuelles sur la place Saint-Remacle par la mise en place de dispositifs d'aménagement amovibles (gradins, scène, chapiteau,...)
- 4) Mettre en valeur le patrimoine bâti (maisons, hôtel de ville, sol, perron)
- 5) Rénover les trottoirs et les voies destinées aux modes doux
- 6) Organiser les emplacements de terrasses et définir des exigences relatives aux équipements Horeca
- 7) Installer un mobilier urbain, un éclairage adapté et le fleurissement des façades

Limiter la circulation et le stationnement – Définir des axes de circulation (voitures/piétons)



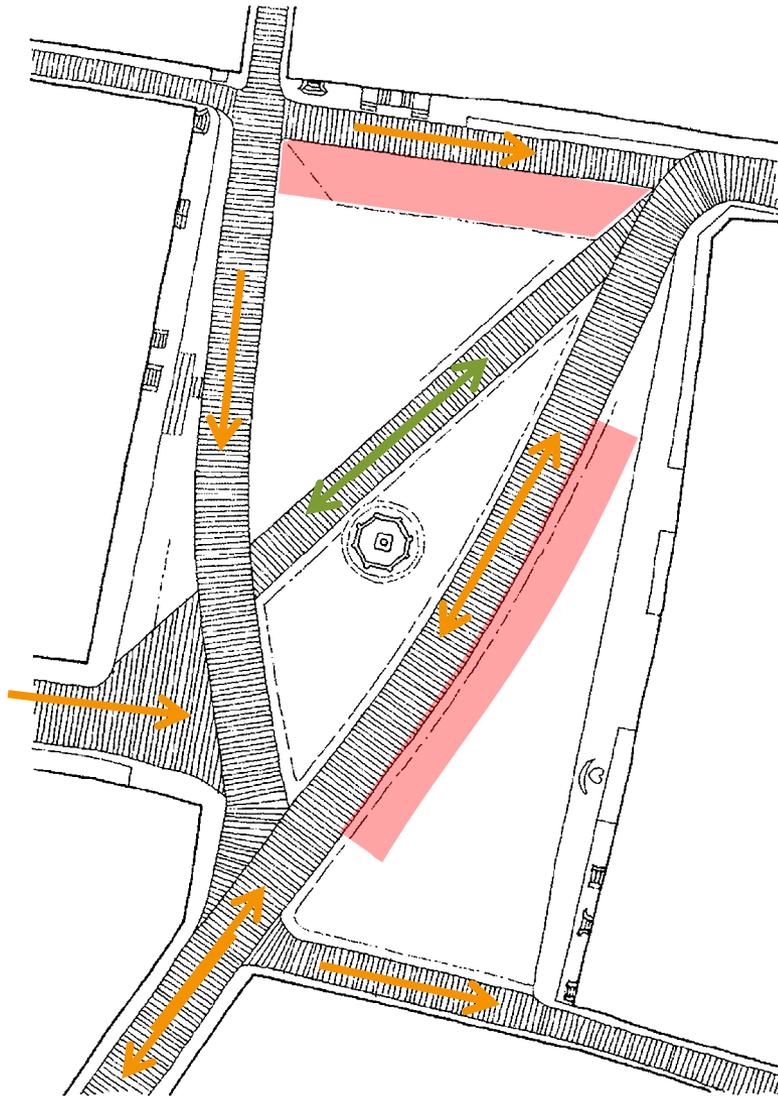
SITUATION EXISTANTE

-  Espace occupé par le parking +/- 60 places
-  Axes de circulation

1264. STAVELOT. Pl Saint-Remacle. Etude du pavage. Dessin G. Michel

Limiter la circulation et le stationnement selon les saisons

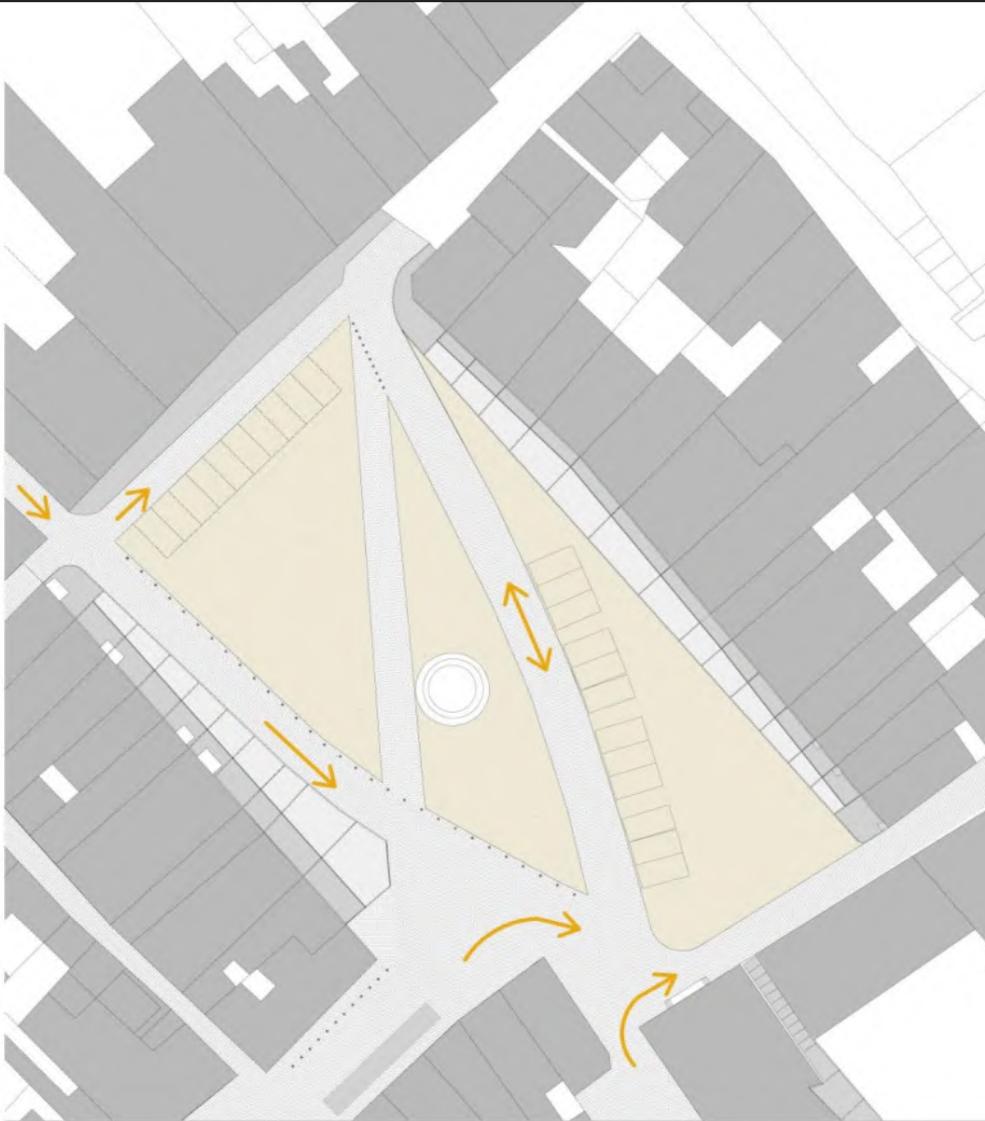
Définir des axes de circulation (voitures/piétons)



PISTES (BASSE SAISON)

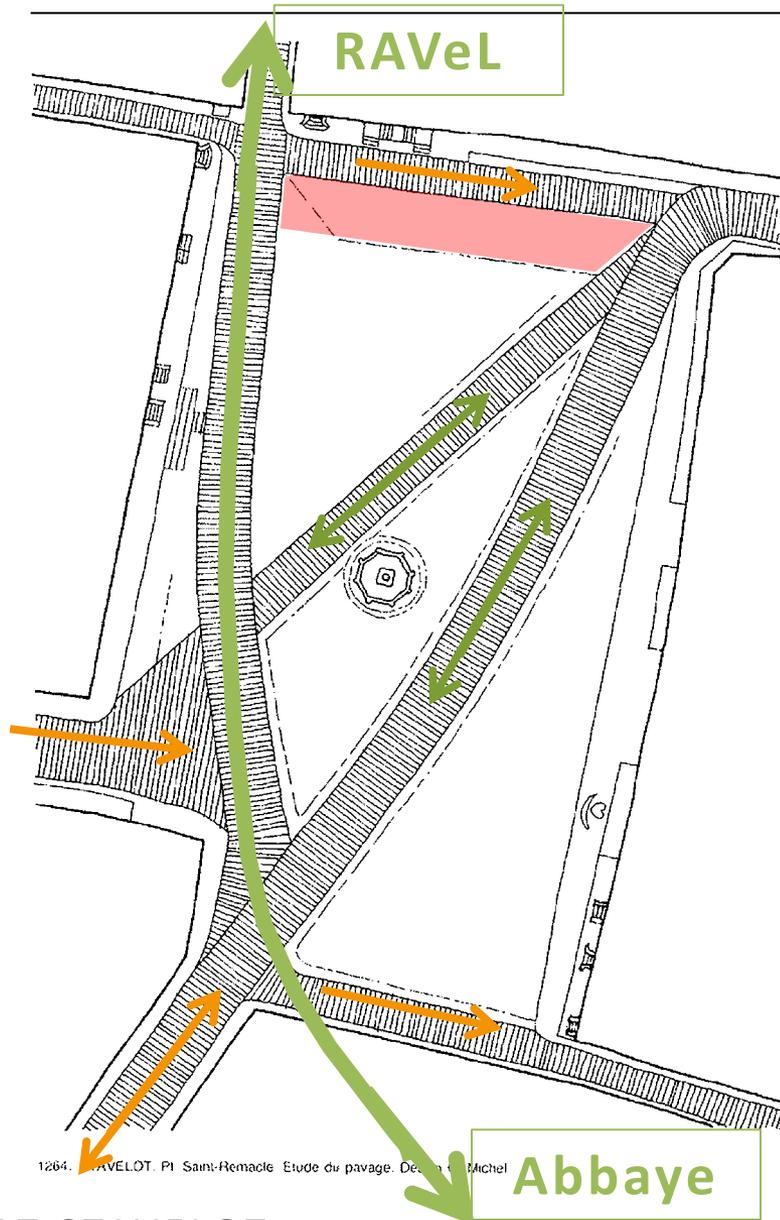
- Parcage réduit (22 places maintenues)
- Conservation du stationnement aux abords des Horeca et de l'hôtel de ville
- Circulation voiture réduite
- Circulation piétonne privilégiée près du Perron

1264. STAVELOT. Pt Saint-Remaacle. Etude du pavage. Dessin G. Michel



→ Axes de circulation

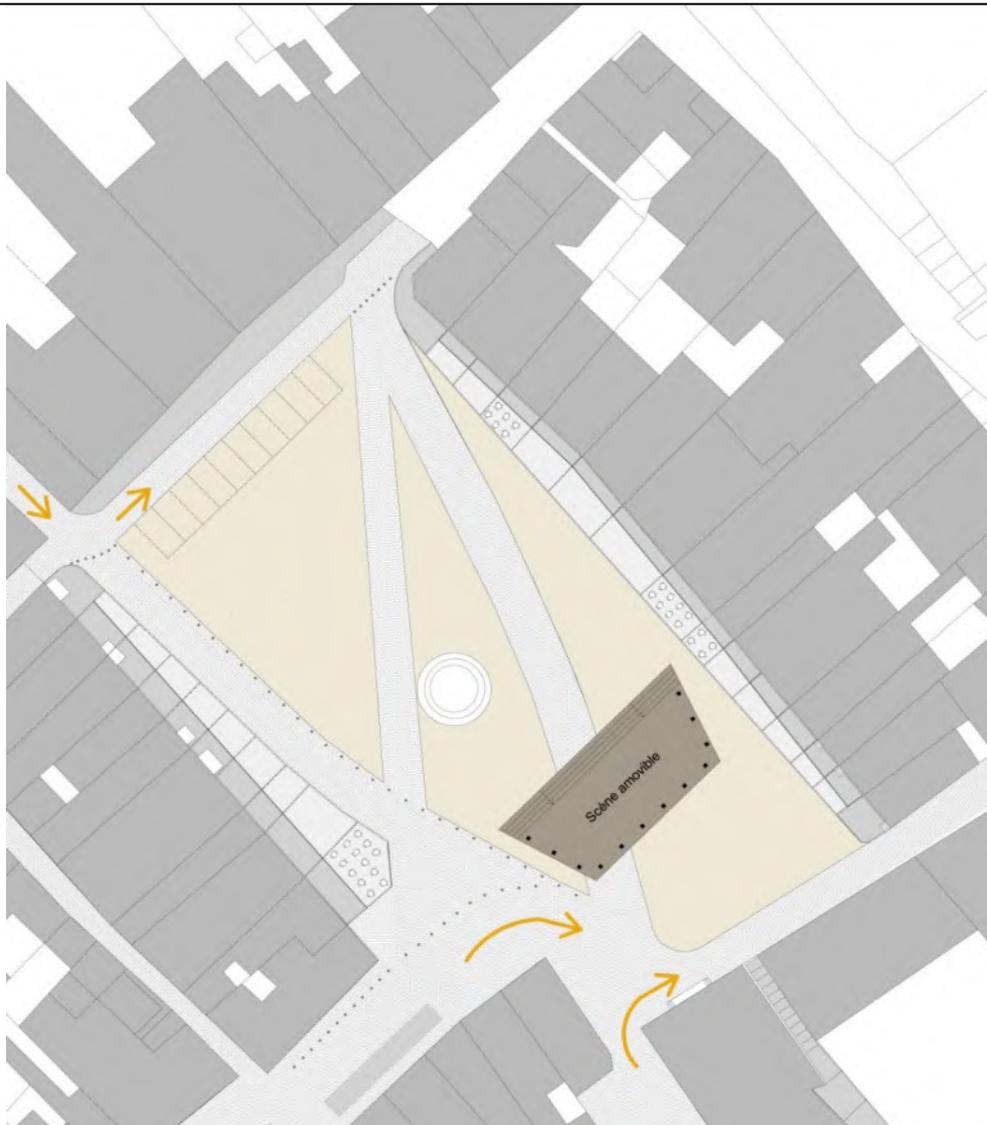
Limiter la circulation et le stationnement selon les saisons
Définir des axes de circulation (voitures/piétons)



PISTES (HAUTE SAISON)

-  Parcage réduit (10 places maintenues)
-  Circulation voiture réduite aux voiries latérales uniquement (pas de traversée de la place)
-  Circulation piétonne privilégiée sur l'ensemble de la place

1264. STAVELOT. Pl. Saint-Remacle. Etude du pavage. Dessin de Michel



→ Axes de circulation

Développer des animations ponctuelles sur la place Saint-Remacle par la mise en place de dispositifs d'aménagement amovibles



Développer des animations ponctuelles sur la place Saint-Remacle par la mise en place de dispositifs d'aménagement amovibles

174

2003
Impluvium of Alden Biesen
Kasteelstraat 6 / 3740 Biesen
Laurent Ney
Design / Conception / Ontwerp
P. Hendrix / E. Bodnarová / M. Chermati / N. De Bruick
Collaborators / Collaborateurs / Medewerkers
Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap
Client / Maître d'Ouvrage / Opdrachtgever
Ney & Partners
Structural Engineer / Ingénieur Stabilité / Ingenieur Stabilität
FPA Oudenaarde
General Contractor / Entreprise Générale / Algemene Aannemer
Jean-Luc Deru / Daylight
Photographer / Photographe / Fotograaf
Concours Construction Acier
Lauréat 2004
Pize / Prix / Prijs



Exemple : parapluies à Alden Biesen
Ney & Partners

Développer des animations ponctuelles sur la place Saint-Remacle par la mise en place de dispositifs d'aménagement amovibles



Exemple : Frei OTTO

Rénover les trottoirs

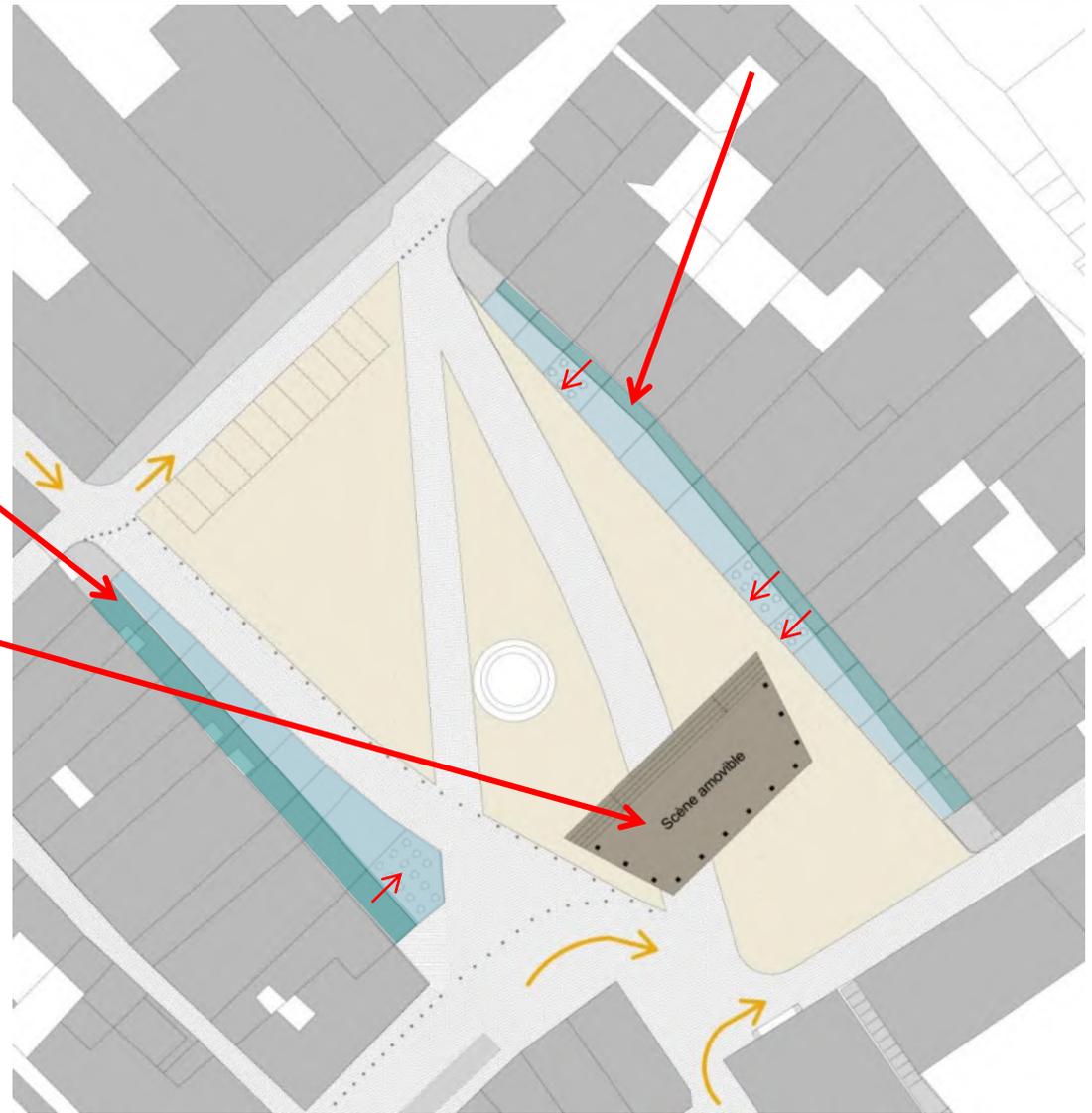


Organiser les terrasses



Aménager la place Saint-Remacle - Organiser les emplacements de terrasses définir des exigences relatives aux équipements Horeca

- Aménagement de trottoirs en paliers
- Prolongement des trottoirs pour des espaces potentiels de terrasse
- Mise en place d'une scène amovible, support d'événements



OBJECTIFS ET PISTES D' ACTIONS:

- 1) Structurer la place du Vinâve autour de l'église Saint-Sébastien
- 2) Créer un aménagement qui favorise le lien entre la place Saint-Remacle et la place du Vinâve ainsi qu'entre la place du Vinâve et la rue Neuve
- 3) Redéfinir des emplacements de parking – limiter la circulation par la suppression d'un sens de circulation
- 4) Organiser les emplacements de terrasses et définir des exigences relatives aux équipements Horeca
- 5) Rénover la voirie et les trottoirs
- 6) Installer un mobilier urbain, un éclairage adapté et le fleurissement des façades

- Structurer la place du Vinâve autour de l'église Saint-Sébastien
- Créer d'un lien vert entre la place Saint-Remacle et la rue Neuve
- Organiser les emplacements de terrasses et les zones de parking
- Limiter la circulation à un sens
- Rénovation de la voirie



Piste 3 : Avenue Ferdinand Nicolay

OBJECTIFS ET PISTES D' ACTIONS:

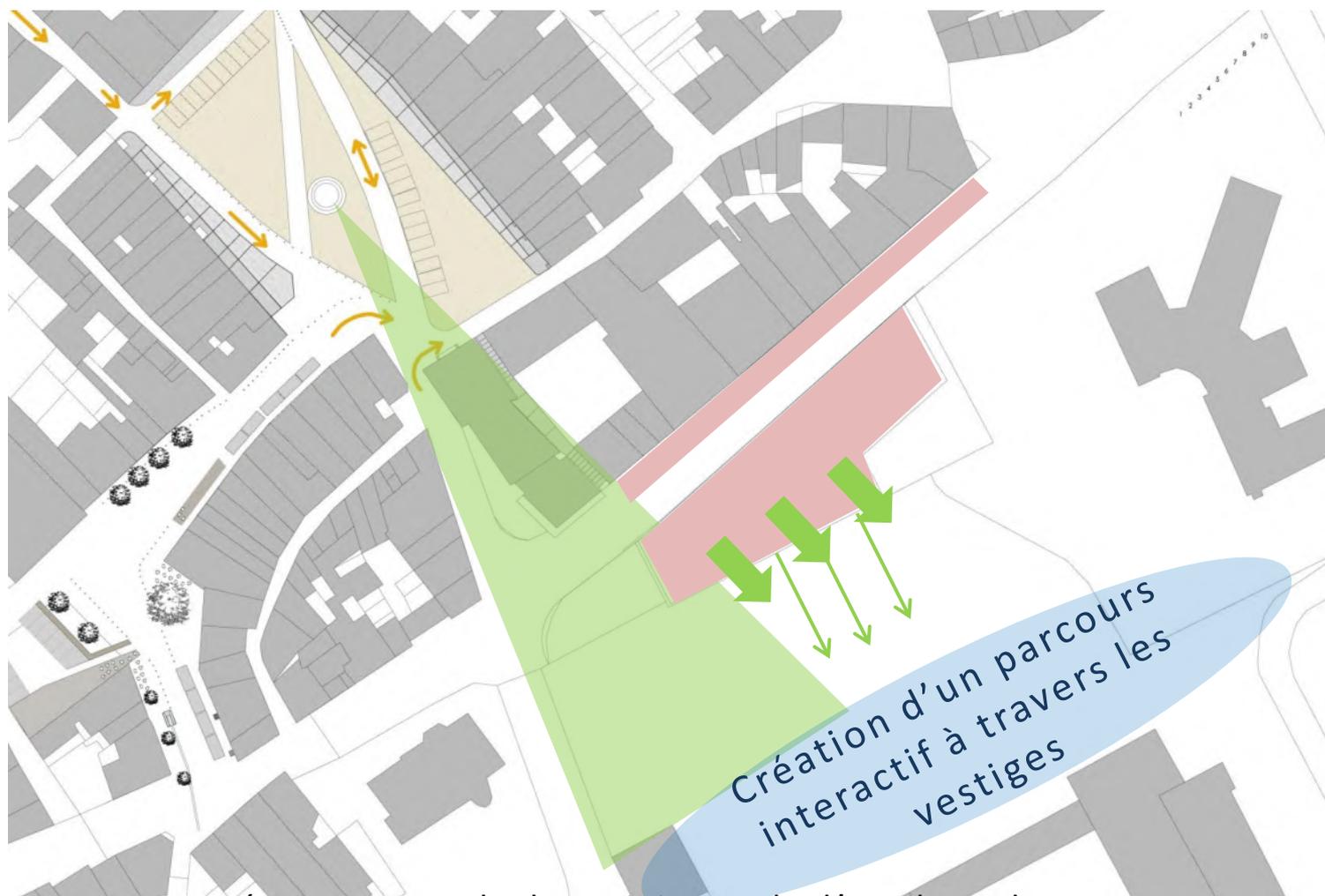
- 1) Aménager l'esplanade en tant qu'espace de jonction entre la ville et l'abbaye, y organiser des événements (marchés, concerts,...)
- 2) Organiser les emplacements de terrasses et définir des exigences relatives aux équipements Horeca
- 3) Embellir les façades, construire dans les dents creuses et intégrer les enseignes
- 4) Installer un mobilier urbain, un éclairage adapté et le fleurissement des façades

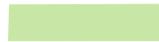
Organiser l'esplanade – définir les emplacements de terrasses



 Zones d'occupation des terrasses actuelles

Organiser l'esplanade – définir les emplacements de terrasses



-  Aménagement de la voirie et de l'esplanade pour terrasses et activités
-  Jonction place Saint-Remacle - Abbaye

Création d'un parcours interactif à travers les vestiges



AVANT



APRES

Embellir les façades - Intégrer les enseignes et les terrasses

- Embellissement de la façade (nettoyage et/ou mise en peinture) à 20.000 €
- Embellissement de la façade (nettoyage et/ou mise en peinture) avec aménagement structurel de la façade du rez à 50.000 €

Estimation :

- Place Saint-Remacle : 520 000€
Nettoyage : 16 bâtiments (dont 1 bâtiment classé)
Nettoyage et aménagements structurels : 4 bâtiments
- Place du Vinâve – rue du Vinâve : 460 000 €
Nettoyage : 18 bâtiments (dont 5 bâtiments classés)
Nettoyage et aménagements structurels : 2 bâtiments
- Avenue F. Nicolay : 200 000 €
Nettoyage : 5 bâtiments
Nettoyage et aménagements structurels : 2 bâtiments

Servitude d'aspect architectural au nom de la Ville

Investissement global par la Ville

Etude et procédure groupée (avec accord individualisé de chaque propriétaire)

Récupération de la subvention pour les bâtiments classés (60%)

Récupération des subsides « prime à l'embellissement » pour les bâtiments non classés (7.500 € max par immeuble)

Possibilité d'obtenir d'autres subsides (Tourisme)

Solde majoré des intérêts de l'emprunt à récupérer auprès des propriétaires sous forme d'une taxation annuelle

Piste 4 : Embellir les façades - Intégrer les enseignes et les terrasses

Première étape: application de la réglementation actuelle concernant le respect du patrimoine (CWATUPE)

- Sous les seuils du +1
- Sans masquer les baies existantes

Deuxième étape : élaboration d'une charte sur les enseignes et sur l'organisation des terrasses en accord avec les exploitants HoReCa

A adapter aux particularités des façades et de l'espace public

- Par exemple:
- respect du rythme des façades
 - ne pas cacher les matériaux et les détails de la façade
 - fleurissement des façades
 - définir des choix par espace public pour l'aménagement des terrasses

Embellir les façades - Intégrer les enseignes et les terrasses



AVANT



APRES

Embellir les façades - Intégrer les enseignes et les terrasses



AVANT



APRES

7

PISTES D'ACTIONN au niveau qualité des services

Pistes d'actions au niveau qualité des services

- Politique foncière: développer un partenariat Public-Privé via une régie foncière commerciale
- Place making – Street management: équipements - commerces – animations – tourisme – valorisation commerciales des thèmes régionaux
- Réaliser des vitrines commerciales attrayantes
- Valoriser les nouvelles technologies de l'information: guidage, interprétation, vente
- Développer la culture et la qualité du tourisme: accueil, langues, satisfaction du client

Créer une régie foncière commerciale pour:

- Maîtriser l'espace foncier stratégique au développement du commerce en centre ville afin d'éviter que ces bâtiments ne restent ou ne partent vers l'habitat permanent
- Développer un aménagement et un équipement proactif des propriétés publiques pour y initier une dynamique commerciale et touristique et non une affectation administrative qui ne valorise pas le patrimoine et le ferme souvent à la découverte pour les touristes.
- Les musées sont trop souvent ennuyeux, trop culturels ou pédagogiques. Les associer à une activité commerciale permet de leur donner un autre relief et une autre déclinaison
- Favoriser l'installation prioritaire sur la Place Saint Remacle de commerces qui contribuent à créer des lieux de vie, des lieux d'ambiance ex. Hôtel, restaurants, cafés, magasin de produits régionaux, pâtisserie, charcuterie, bouquinerie.
- Garder le niveau de qualité du bâti



Pistes d'actions

Dynamique commerciale

Politique foncière:

- Libérer les rez-de-chaussée administratifs et les affecter à des commerces d'alimentation, culturel et à HoReCa : ex pub, wine bar, café littéraire, restaurant à thème (ex. librairies Cook & Book et Filigranes à Bruxelles, les antiquaires du Durbuy, les produits régionaux à Montjoie)

-Affecter des espaces de bâtiments publics de caractère à des commerces culturels (artisanat d'art, design, librairie, arts plastiques, antiquaire), à des commerces et à l'HoReCa (ex Hôtel du Quartier Latin à Marche), pub, wine bar, café littéraire, restaurant à thème, équipement et décoration de la maison et du jardin

-Mettre en location des espaces publics avec un cahier des charges adapté pour y développer des espaces commerciaux et culturels (ex. Selexyz Bookshop dans l'ancienne église dominicaine de Maastricht reconverte en librairie d'art, le carrousel du Louvre à Paris avec ses commerces culturels complétant la visite du musée,

-ex. **commerce de papeterie**, cartes postales, articles de bureau, reliure en relation avec les activités du monastère

-ex. **commerce du cuir**, sacs à mains, cartables, reliure, valises, en relation avec les anciennes tanneries régionales

ex. **commerce de jouets en bois** ou de poupées, sorcières, en relation avec les fêtes forestières, la forêt, avec les personnages et masques du Carnaval



Pistes d'actions

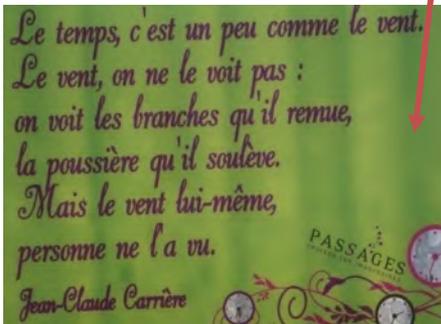
Dynamique commerciale

Développer une société d'économie mixte (SEM) pour:

- Associer les financements publics-privés dans le développement local

- Prendre en charge la promotion, l'animation et la commercialisation de produits immobiliers culturels, touristiques et de loisirs, tel un parcours découverte culturelle dans la ville .

- Réunir plusieurs petites surfaces commerciales privé jouxtant (50m2) pour pouvoir répondre à des demandes plus importantes (de 100 à 200m2)



Accompagner l'innovation dans les commerces à vocation touristique pour:

- Lutter contre le retour à l'habitat de rez-de-chaussée commerciaux et contre le morcellement du liseré commercial
- Nommer et favoriser les types de commerce manquant à la palette touristique
- Sensibiliser les opérateurs touristiques à requalifier leur activités et à repositionner leur offre ex: cafés ou restaurants sur le thème du carnaval, des ordres monastiques, de la principauté de Liège, des métiers de la forêt ardennaise

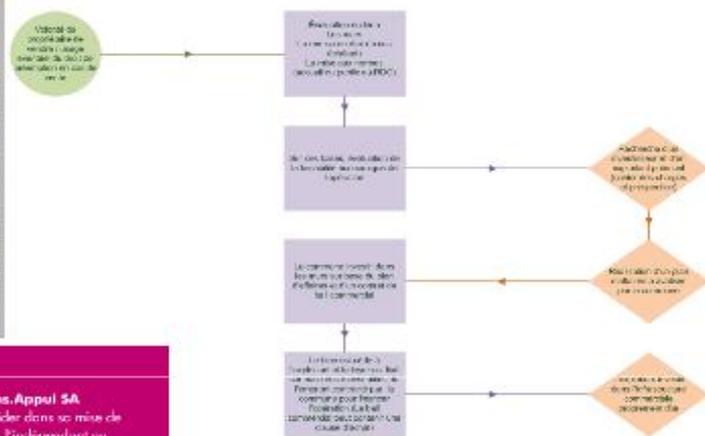


Fonds Montois - Donner toutes les chances à votre projet

Vous avez l'intention de réaliser un projet commercial, vous avez un projet très peu d'investissement, vous avez un projet immobilier, vous avez un projet de formation...

Les Fonds Montois pour soutenir votre projet :

- 1. Mons.Rénovation SA**
Achat, rénover les immeubles "d'anciens" et les remettre dans le circuit de la distribution par la vente ou la location. Mais aussi créer de nouveaux logements dans le centre-ville et au dessus des commerces.
- 2. Mons.Revitalisation SA**
Pour stimuler le circuit commercial, Augmenter la commercialité par la rénovation et l'adoption d'immeubles commerciaux dans le centre historique.
- 3. Mons.Appui SA**
Pour aider dans sa mise de départ, l'indépendant ou l'artisan à s'installer.



Pistes d'actions

Dynamique commerciale

- Valoriser davantage les activités combinées: commerces et tourisme
- Installer dans l'espace public, un monument, un commerce ambulant, une animation en vue de créer une atmosphère, une dynamique, un lieu de rencontre, de flânerie ex. bronzes de Dinant et Durbuy
- Développer une politique d'animation des terrasses en période estivale
- Elargissement des heures d'ouverture en lien avec l'événementiel
- Actions de promotion et d'animation communes avec la Maison du Tourisme et l'association des commerçants (événementiel commercial, harmonisation dans la décoration des vitrines)



Pistes d'actions

Dynamique commerciale et événements

- Soutenir la mise en place de nouveaux événements concerts musicaux,
- Développer des animations estivales qui prennent possession de l'espace public
- Développement de produits de séjour qui intègrent les événements
- Mettre en tourisme l'événementiel
- Ex. Place Saint Remacle (concerts musicaux, animations de clowns, jongleurs, magiciens, jeux en bois, pic-nic de produits régionaux, théâtre de marionnettes,



Pistes d'actions

Dynamique commerciale et événements

- Installer un podium en bas de la place Saint-Remacle
- Organiser un calendrier d'animations de la Place Saint Remacle ex.
 - Concerts musicaux
 - Brocantes diverses
 - Marché des masques de carnaval et des déguisements
 - Marché des produits régionaux et bios
 - Marché des auteurs et livres de poésie avec concours dans les écoles secondaires de la ville et promotion des meilleurs auteurs
 - Festival de marionnettes ex. Place Ducale à Sedan
 - Concerts de clowns, jongleurs, Imitateurs, magiciens



Pistes d'actions

Dynamique commerciale

- Inviter les touristes et chaland à se prononcer sur le type de commerces qu'ils souhaiteraient voir se développer au centre ville à l'instar d'Atrim à Bruxelles
- Rechercher les profils des nouveaux commerçants correspondant aux manques constatés
- Décorer les vitrines vides avec une promotion touristique de la localité



Pistes d'actions

Dynamique commerciale

- Harmonisation dans la décoration des vitrines en fonction des événements et thématiques ex. fêtes religieuses, carnaval, neige, chasse et produits régionaux



Pistes d'actions

Promotion des nouvelles technologies de l'information et des produits de découverte

• Donner la priorité à la communication Internet dernière génération, plus interactive et émotionnelle pour la promotion touristique de la ville

• Développer les systèmes d'audio-guidage (navigateur, smartphone, iPhone) et de commentaires embarqués tant pour la découverte du patrimoine du centre ville que pour les promenades, que l'interprétation des musées, les ballades découvertes de la ville et de la nature



Applications Smart Phone

Recherche rapide sur le terrain de l'offre de services

- Hébergements
- Attractions
- Restaurants
- Musées
- Cinémas, Spectacles
- Circuits pédestres, vélo, VTT

Avec commentaires en ligne dans sa langue, en ville comme dans le musée

Pistes d'actions

Promotion des nouvelles technologies de l'information et des produits de découverte

- Utiliser davantage les applications GPS dans les activités de déplacement avec l'embarquement d'informations à valeur ajoutée pour les nombreuses ballades dans la région



LE GPS : un outil d'orientation

GPS de randonnée



GPS hybride

GPS de voiture

Le GPS se banalise ... et apparition des GPS « multi-fonctions »

Itinéraires et séjours GPS
Préparer son séjour, télécharger son itinéraire, sa promenade, son parcours découverte, ...

l'offre MEDIAS EMBARQUES

GPS Lecteur MP3 Téléphone mobile PDA



Pistes d'actions

Promotion des nouvelles technologies de l'information et des produits de découverte

- Inciter les artisans à créer un portail de vente en ligne Belgian or Wallonia Design
- Développer les systèmes d'audio-guidage avec commentaires embarqués ou en ligne Ex .société Sycomore dont le site internet podibus permet de télécharger les commentaires via iPod
- Inciter les opérateurs touristiques et les commerçants à se faire connaître via les portails dédiés sur Internet ex. <http://www.antiek.com/>, www.ardennes-etape.com, <http://www.sportsaventure.net/>, <http://www.visitbelgium.com/index.php>



Gametour sur Navipass

podibus
audio photo video

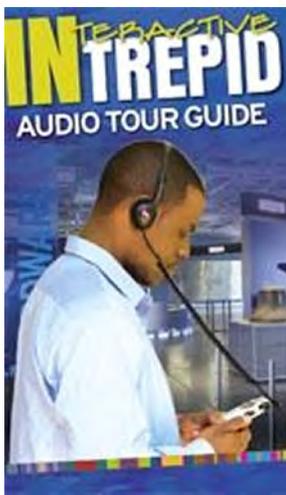
Création & diffusion de contenus culturels nomades



Wallonie+Design+Entreprise
Découvrez et commandez le premier ouvrage consacré aux entreprises wallonnes qui intègrent le design.



Aides existantes
Découvrez les aides wallonnes à destination des entreprises et des designers ...



Pistes d'actions

Faire découvrir la nature au départ de la ville pour le plus grand nombre

- Soutenir le développement de nouvelles activités et l'installation d'opérateurs privés
- Leur faciliter l'octroi de permis de stationnement en ville (vespa, calèche, jeep, char à ban,..)



27.03.09 - 08:21

Un nouveau moyen de découvrir Spa vient d'être lancé : la Vespa. C'est le domaine de Sol Cress qui le propose. Deux circuits permettent de découvrir Spa et sa région.

Cette initiative vient de l'idée de Vesparoute lancée il y a quelques temps à Saint-Trond, Hasselt, Tongres et Lommel. Une extension était recherchée en Wallonie et c'est à Spa qu'elle prendra place.

Elle propose aux touristes de louer, pour 80 euros par journée, une Vespa de 50 cc afin de partir à la découverte de la ville et de sa région entre 10 et 18h.



Pistes d'actions

Qualité tourisme dans l'accueil

- Développer le sens de l'accueil du touriste (jours et heures d'ouverture des magasins adaptés aux touristes, multilinguisme, sourire)
- Concevoir l'aménagement et l'équipement urbain ainsi que l'offre de services en se plaçant dans l'esprit du touriste qui vient découvrir Stavelot (signalisation d'entrée de ville, signalisation des disponibilités des parkings, signalétique d'interprétation des bâtiments, borne touristique de téléchargement de commentaires à embarquer dans sa langue, sens de la propreté et de l'entretien des espaces et monuments publics, ballades pédestres, VTT, découvertes nature audio-guidées, liaisonner le centre ville avec le Ravel.)
- Ne pas attendre les demandes ou plaintes du touristes mais les devancer
- Soutenir le multilinguisme des personnes en contact avec le public par des tables de discussion (commerçants, OT, MT, agents publics, opérateurs touristiques) en organisant des tables de conversation, en simulant l'accueil en collaboration avec les professeurs de langue de la région



Pistes d'actions

Qualité tourisme dans l'accueil

- Développer une charte qualité avec le SI, les commerçants et les acteurs touristiques

AFFICHEZ VOS QUALITÉS

Une marque source de bénéfices

- Améliorer votre productivité
- Augmenter votre chiffre d'affaires
- Fidéliser vos clients
- Vous différencier de vos concurrents

QUALITÉ TOURISME - MARQUE CERTIFIÉE DE CONFIANCE

www.qualite-tourisme.gouv.fr

Qualité tourisme, le défi français

Qualité Tourisme™ : les engagements

En adhérant à **Qualité Tourisme™**, ces établissements s'engagent à mettre tout en oeuvre pour satisfaire leurs clients. Et ceci, en particulier, dans six domaines :

Information et communication : il s'agit de donner aux clients une information claire, précise et complète, au téléphone comme sur le site (signalisation, enseignes, etc.).

Accueil personnalisé : amabilité, courtoisie, chaleur et sourire, disponibilité, attention...

Compétence du personnel : prise en compte rapide et complète du client, conseil, recherche des informations adaptées, pratique des langues étrangères.

Confort des lieux : entretien et propreté, végétation et espaces verts, lieux d'accueil et de détente, mobilier confortable.

Propreté et entretien des lieux : hygiène, bon état des différents équipements (sanitaires, mobiliers, cuisines, ...).

Valorisation des ressources locales : mise à disposition de boissons et de plats régionaux, informations des clients sur les curiosités touristiques du territoire.

Pour bénéficier du meilleur accueil « **Fiez vous au label Qualité Tourisme !** » et découvrez la [liste des établissements Qualité tourisme™](#)

Plan Qualité du Pôle touristique de STAVELOT

Merci pour votre attention



fh &



Projet financé par l'Union Européenne et par la Région Wallonne
La Région wallonne et le Fonds Européen de Développement Régional investissent dans votre avenir

